

(19) 日本国特許庁 (JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2000-242689

(P2000-242689A)

(43) 公開日 平成12年9月8日 (2000.9.8)

(51) Int.Cl.<sup>7</sup>

G 0 6 F 17/60

識別記号

F I

G 0 6 F 15/21

テ-マコ-ト(参考)

Z 5 B 0 4 9

審査請求 未請求 請求項の数17 O L (全 28 頁)

(21) 出願番号 特願平11-40657

(22) 出願日 平成11年2月18日 (1999.2.18)

(71) 出願人 000005016

バイオニア株式会社

東京都目黒区目黒1丁目4番1号

(72) 発明者 棚崎 登

東京都目黒区目黒1丁目4番1号 バイオニア株式会社本社内

(74) 代理人 100083839

弁理士 石川 泰男

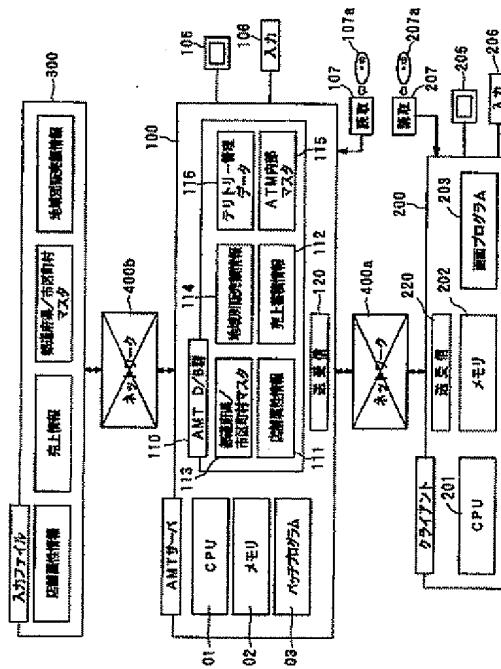
Fターム(参考) 5B049 AA01 AA02 BB11 CC08 EE02  
EE05 FF03 GG04 GG07

(54) 【発明の名称】 営業戦略支援システム及びプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体

(57) 【要約】

【課題】 コンピュータを用いた営業戦略支援システムにおいて、営業戦略に役立つ効率的な店舗別の実績管理及び行動管理を可能とする。

【解決手段】 営業戦略支援システムは、サーバー装置100とこれにネットワーク400aを介して接続可能な複数のクライアント装置200とを備える。サーバー装置は、各店舗の魅力度を示すパラメータを演算し、クライアント装置における表示装置205は、魅力度の高い順に店舗を並べたテリトリー管理表を表示する。更に、サーバー装置は、展示展開する際に優先的に展示すべき店舗をリストアップし、クライアント装置は、これらの店舗の所在地を地図上にアイコンで示することで、展示ガイドを行う。



## 【特許請求の範囲】

【請求項1】少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y1の偏差値aを演算する第1演算手段と、各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y2を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y2の偏差値bを演算する第2演算手段と、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、自社の営業単位に対応して分類された一の得意先群に属する複数の得意先が前記PPMパラメータYの大きい順に配列されており且つ少なくとも該配列された得意先の各々についての所定期間毎の営業活動情報が時系列的に配列された計画実績管理表を表示するための管理表データを生成する生成手段と、該生成された管理表データに基いて前記計画実績管理表を表示する表示手段とを備えたことを特徴とする営業戦略支援システム。

【請求項2】各得意先への自社商品の売上実績額を示す得意先別売上実績情報を格納する第3ファイル手段を更に備えており、前記生成手段は、前記第3ファイル手段に格納された得意先別売上実績情報に基いて、前記配列された得意先の各々についての得意先別売上実績情報及び各得意先への自社商品の売上計画額を示す得意先別売上計画情報を前記計画実績管理表の所定欄に含めるように前記管理表データを生成することを特徴とする請求項1に記載の営業戦略支援システム。

【請求項3】前記得意先別売上実績情報は、所定分類毎の自社商品の売上実績額を含み、前記得意先別売上計画情報は、所定分類毎の自社商品の売上計画額を含むことを特徴とする請求項2に記載の営業戦略支援システム。

【請求項4】前記配列された得意先の各々についての前記売上実績額と前記売上計画額との大小関係を営業活動における勝負結果を示す指標として前記計画実績管理表の所定欄に含めるように前記管理表データを生成することを特徴とする請求項2又は3に記載の営業戦略支援システム。

【請求項5】前記得意先別売上実績情報が蓄積された

10 情報源から通信手段を介して前記得意先別売上実績情報を取り込む取込手段を更に備えており、前記第3ファイル手段は、前記取り込まれた得意先別売上実績情報によりその内容を更新することを特徴とする請求項2から4のいずれか一項に記載の営業戦略支援システム。

【請求項6】前記生成手段は、前記配列された得意先の各々についてのコメントを示すテキスト情報を前記計画実績管理表の所定欄に含めるように前記管理表データを生成することを特徴とする請求項1から5のいずれか一項に記載の営業戦略支援システム。

【請求項7】当該営業戦略支援システムは、サーバー装置と該サーバー装置に通信手段を介して接続可能な複数のクライアント装置とからなり、前記クライアント装置は夫々、前記表示手段を含むと共に、前記計画実績管理表のうち所望のものを指定する指定情報を入力可能な入力手段と、該入力手段により入力された指定情報を前記サーバー装置側に前記通信手段を介して送信するクライアント側送受信手段とを備えており、

20 前記サーバー装置は、前記第1ファイル手段、前記第2ファイル手段、前記第1演算手段、前記第2演算手段、前記第3演算手段及び前記生成手段を含むと共に、前記生成された管理表データを各得意先に対応付けて格納する第4ファイル手段と、前記指定情報を前記通信手段を介して受信するサーバー側送受信手段と、該受信された指定情報に対応する管理表データを前記第4ファイル手段から抽出する抽出手段とを備えており、

前記サーバー側送受信手段は、該抽出された管理表データを前記通信手段を介して前記クライアント側送受信手段に送信し、

30 前記表示手段は、前記クライアント側送受信手段により受信された管理表データに基づいて前記計画実績管理表を表示することを特徴とする請求項1から6のいずれか一項に記載の営業戦略支援システム。

【請求項8】前記入力手段は、前記計画実績管理表に含める項目を特定する条件を示す条件データを入力可能に構成されており、

前記クライアント側送受信手段は、前記入力手段を介して入力された条件データを前記通信手段を介して前記サーバー側送受信手段に送信し、

前記生成手段は、前記サーバー側送受信手段により受信された条件データに応じて前記管理表データを生成することを特徴とする請求項7に記載の営業戦略支援システム。

【請求項9】前記表示手段は、前記計画実績管理表に含まれる得意先のうち所望のものが指定されると、地図データに基づいて前記指定された得意先の所在地に所定マークが重畳された地図を表示することを特徴とする請求項1から8のいずれか一項に記載の営業戦略支援シス

テム。

【請求項10】少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先への所定商品分類毎の自社商品の売上を示す得意先別売上情報を格納する第3ファイル手段と、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y1の偏差値aを演算する第1演算手段と、各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y2を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y2の偏差値bを演算する第2演算手段と、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、展示予定の特定商品の属する商品分類及び該特定商品の展示予定総数を入力する入力手段と、前記第3ファイル手段から前記特定商品の属する商品分類の自社製品の売上Iを示す得意先別売上情報を取得して、前記全得意先を母集団としての各得意先における前記売上Iの偏差値cを演算する第4演算手段と、各得意先において前記特定商品を展示すべき度合いを示す展示ガイド値を、前記PPMパラメータYの偏差値及び前記偏差値cの加重平均として演算する第5演算手段と、該演算された展示ガイド値が高い順に、前記入力された展示予定総数だけ得意先をリストアップして所定フォーマットで表示する表示手段とを備えたことを特徴とする営業戦略支援システム。

【請求項11】前記PPMパラメータYを演算する際の加重平均の構成比及び前記展示ガイド値を演算する際の加重平均の構成比のうち少なくとも一方を設定する設定手段を更に備えたことを特徴とする請求項10に記載の営業戦略支援システム。

【請求項12】前記表示手段は、地図データに基づいて前記リストアップされた得意先の所在地に所定マークが重畳された地図を表示することを特徴とする請求項10又は11に記載の営業戦略支援システム。

【請求項13】前記得意先別売上情報が蓄積された情報源から通信手段を介して前記得意先別売上情報を取り込む取込手段を更に備えており、

前記第3ファイル手段は、前記取り込まれた得意先別売上情報によりその内容を更新することを特徴とする請求

項10から12のいずれか一項に記載の営業戦略支援システム。

【請求項14】当該営業戦略支援システムは、サーバー装置と該サーバー装置に通信手段を介して接続可能な複数のクライアント装置とからなり、前記クライアント装置は夫々、前記入力手段及び前記表示手段を含み、前記サーバー装置は、前記第1から第3ファイル手段及び前記第1から第5演算手段を含むことを特徴とする請求項10から13のいずれか一項に記載の営業戦略支援システム。

【請求項15】前記第1演算手段は、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に加えて各得意先における全販売額に対する特定商品群の売上の比率を示す商品比率情報に基づいて、各店舗について販売額Y1に該比率を乗じた値を特定商品群販売額Y1'として、各得意先における前記偏差値aを前記販売額Y1に代えて前記特定商品群販売額Y1'について演算することを特徴とする請求項1から14のいずれか一項に記載の営業戦略支援システム。

【請求項16】営業戦略支援システムに備えられたコンピュータによって、テリトリー管理用の計画実績管理表を表示させるためのプログラムを記録した媒体であって、該プログラムは、前記コンピュータを少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、

少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、

前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y1の偏差値aを演算する第1演算手段と、

各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y2を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y2の偏差値bを演算する第2演算手段と、

各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、自社の営業単位に対応して分類された一の得意先群に属する複数の得意先が前記PPMパラメータYの大きい順に配列されており且つ少なくとも該配列された得意先の各々についての所定期間毎の営業活動情報が時系列的に配列された計画実績管理表を表示するための管理表データを生成する生成手段として機能させることを特徴とするプログラムを記録した媒体。

【請求項17】営業戦略支援システムに備えられたコ

5  
 ニューバーによって、展示ガイドを行うためのプログラムを記録した媒体であって、該プログラムは、前記コンピュータを少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y<sub>1</sub>を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、  
 少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、  
 少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先への所定商品分類毎の自社商品の売上を示す得意先別売上情報を格納する第3ファイル手段と、  
 前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y<sub>1</sub>の偏差値aを演算する第1演算手段と、  
 各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y<sub>2</sub>を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y<sub>2</sub>の偏差値bを演算する第2演算手段と、  
 各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、  
 展示予定の特定商品の属する商品分類及び該特定商品の展示予定総数が入力されると、前記第3ファイル手段から前記特定商品の属する商品分類の自社製品の売上Iを示す得意先別売上情報を取得して、前記全得意先を母集団としての各得意先における前記売上Iの偏差値cを演算する第4演算手段と、  
 各得意先において展示すべき度合いを示す展示ガイド値を、前記PPMパラメータYの偏差値及び前記偏差値cの加重平均として演算する第5演算手段と、  
 前記演算された展示ガイド値が高い順に、前記入力された展示予定総数だけ得意先をリストアップする手段として機能させることを特徴とするプログラムを記録した媒体。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、効率的に自社商品を販売することを支援する営業戦略支援システムの技術分野に属する。本発明はまた、コンピュータをそのような営業戦略支援システムとして機能させるためのプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体の技術分野に属する。

## 【0002】

【従来の技術】従来から営業戦略の一環として、店舗や小売業社たる法人などの各得意先についての得意先ポートフォリオ分析或いはプロダクト・ポートフォリオ・マネジメント（本明細書では、PPMと称す）と言われる分析と共に、営業担当地域（テリトリー）別の営業活動

を管理するために（例えば、店舗や法人などの得意先別の実績管理や行動管理を行うために）、テリトリー管理表が用いられる。このテリトリー管理表は、伝統的に紙ベースの雑形に手書きで記入していく各種の雑形が存在しているが、例えば各営業マンや営業所が担当する重要度でランク分けされた得意先リストに、訪問計画や訪問実績をカレンダー形式の各日付欄に書き込んでいくものが一般的である。近年では、このようなテリトリー管理表の雑形を参考にしたファーマットが、個人レベルで市販の表計算ソフトやカレンダソフト等を利用したワープロやパソコンにより作成されている。

【0003】他方、従来から営業戦略の一環として、電卓や最近ではパソコン等を利用して、品目（製品）展開の方向性決めが行われている。具体的には例えば、特定商品を新発売する際に当該特定商品を展示展開する場合などに、自社本部（本社）により品目（製品）毎に決定された全展示目標台数を、過去実績等の情報によって各組織（支店や営業所といった部門）ベースのグロスの目標台数として配賦する。また、得意先ベースでの展開20は、現場の裁量に任されており、計画／実績進捗管理はホワイトボードや紙上で、例えば、縦に得意先、横に品目（製品）といったマトリックス管理、もしくは担当者（営業マン）単位での特定品目（製品）の目標台数管理を手作業で行っている。

## 【0004】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、前述したテリトリー管理表における画面や帳票によれば、ファイルコピー程度は可能であるが、スタンダードアローンでの個人カスタマイズ使用が基本である。従って、各営業マンが、各々のテリトリー管理表に実績データを表記する場合、基幹のシステムからデータを手に入れ転記する作業が必要であり、全員が大変効率の悪い手法で作成しているという問題点がある。そして、1営業マンに1つのテリトリー表が存在する、即ち1営業マンと1テリトリーとの関係を規定する運用であり、法人別や得意先の属性別等、得意先を組み替えて必要な情報を得るために30は、2次加工が必要となる。特にテリトリー変更があった場合、実績情報の洗いがえ作業が非常に大変であったり、テキスト情報（施策等）で記入する場合、当月に翌月以降の施策の書き込みを行い、翌月に当月の施策として引き続き記入する際に同一内容を転記せねばならないので不便である。また、このように各営業マンの単位で作成され保管されるテリトリー管理表は、複数の営業マンによる情報共有という利用方法には馴染まないという問題点もある。これらに加えて特に、テリトリー管理表に含まれる各種データを使ったビジュアル表現のためには、2次加工が必要となるので、一旦テリトリー管理表に書き込まれたデータは、それ以上は殆ど利用されず、各営業マンは、専ら表形式の数字の羅列を読みながらの分析を行わなければならない。例えば一覧表形式の書

40

50

式のテリトリー管理表を地図データ等のイメージデータに関連付けてビジュアル表現するようなことは行われておらず、得意先の所在地などを担当営業マン以外の者が簡単に認識することは困難である。

【0005】更に、このような問題点を抱えるテリトリー管理表を用いて、得意先別予算設定を行う場合には、設定根拠があいまいで過去実績に振られた予算設定となりがちである。特に、従来のテリトリー管理表を用いて、前述の如き品目展開の方向性決めを行おうとすれば、得意先の優先順位や攻略状況が明確になっていないため、過去の経験と勘により目標設定を行わざるを得ない。或いは、このようなテリトリー管理表を用いて、地域の中での品目別展開状況を簡単に把握する方法が無く、展開もれが出易い状況にある。更に、細かな品目別に展示・ストック・実売台数の管理をすることは手間がかかる為、テリトリー管理表を用いた品目展開の方向性決めは、実際には殆ど実行されていない。

【0006】他方、前述した電卓やパソコン等を利用した品目展開の方向性の決定方式によれば、表計算シートにおいて、都度、データ投入すると共に、アウトプットフォームに客觀性や統一性が無く、特に目標設定基準が曖昧であるという問題点がある。例えば、算出された結果は、あくまで組織（支店や営業所といった部門）単位のグロスの展示目標台数を提示するレベルにとどまっており、得意先単位での目標設定の指針は無く、その部分は現場の裁量に任されている。よって、各営業マンや営業所レベルで、展示展開内容が過去の実績や商談時点でのコミュニケーションレベルに振られることが多く、品目（製品）のライフサイクルによっては、実売（最終ユーザーへの販売）の機会損失や、最終処分での余分な費用流出を招いているという問題点がある。また、このようにパソコン等を用いても、最終的な得意先レベルでの計画／実績進捗管理は、手作業で行う必要があるため、大変非効率である。しかも、管理可能な品目（製品）及び得意先数が制限される為、必要な情報が手に入らない場合も多々ある。特に、得意先の所在地が不明確な為、エリアでの面展開の状況が見え難いという欠点もある。

【0007】以上のように、従来の品目展開の方向性的決定方式では、展示の優先順位が明確化されておらず、実売促進（最終ユーザーへの販売）に有効な得意先が不明瞭であるという問題点がある。

【0008】本発明は上述した問題点に鑑みなされたものであり、営業戦略に役立つ効率的な得意先別の実績管理及び行動管理を可能ならしめる営業戦略支援システム及びコンピュータをそのような営業戦略支援システムとして機能させるためのプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体を提供することを課題とする。

【0009】

【課題を解決するための手段】本発明の第1の営業戦略支援システムは上述の課題を解決するために、少なくと

も2つの相前後する時期についての各得意先の販売額 $Y_1$ を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額 $Y_1$ の偏差値 $a$ を演算する第1演算手段と、各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率 $Y_2$ を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率 $Y_2$ の偏差値 $b$ を演算する第2演算手段と、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータ $Y$ を前記偏差値 $a$ 及び $b$ の加重平均として演算する第3演算手段と、自社の営業単位に対応して分類された一の得意先群に属する複数の得意先が前記PPMパラメータ $Y$ の大きい順に配列されており且つ少なくとも該配列された得意先の各々についての所定期間毎の営業活動情報が時系列的に配列

10 された計画実績管理表を表示するための管理表データを生成する生成手段と、該生成された管理表データに基いて前記計画実績管理表を表示する表示手段とを備える。

【0010】本発明の第1の営業戦略支援システムによれば、サーバー装置側では、第1ファイル手段に、少なくとも2つの相前後する時期（例えば、前年度及び前々年度）についての各得意先の販売額 $Y_1$ を示す得意先別販売額情報が格納される。第2ファイル手段に、少なくとも2つの相前後する時期についての（例えば、前回の商業統計及び前々回の商業統計に係る）各地域の総販売額（例えば、家電商品全体の総販売額、食料品全体の総販売額など）を示す地域別販売額情報が格納される。

【0011】次に、第1演算手段により、第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて、分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における販売額 $Y_1$ の偏差値 $a$ が演算される。第2演算手段により、各地域における総購買力の成長性を示す指標として、第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域における総販売額の時期に対する変化率（例えば、年変化率或は年成長率） $Y_2$ が夫々演算される。この際、2つの相前後する時期についての地域別販売額情報が例えば、前年度及び前々年度の情報であれば、成長性は単純に両者の比である年変化率として演算でき、これらが数年を隔てて集計された情報であれば、その間隔を考慮して年換算すれば良い。更に第2演算手段により、分析対象となる全地域を母集団としての各地域における変化率 $Y_2$ の偏差値 $b$ が演算される。次に、第3演算手段により、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータ $Y$ が、偏差値 $a$ 及び $b$ の加重平均として演算される。尚、分析対象となる全得意先とは、自社商品を販売する全ての得意先でもよいが、通信販売や特殊形

20 30 40 50

態による販売など、同一次元で分析するのに相応しくない得意先については予め分析対象から外すのが好ましい。そして、定期的に（例えば、10日毎や利益確定時毎に）或いは実行命令（例えば、担当営業マンや営業所の変更の際に発せられる実効命令）に応じて、生成手段より、自社の営業単位（例えば、営業マン、営業所など）に対応して分類された一の得意先群に属する複数の得意先（例えば、一の営業マンが担当する複数の店舗や複数の法人）が、PPMパラメータYの大きい順に配列されており、且つ少なくとも該配列された得意先の各々についての所定期間毎の営業活動情報が時系列的に配列された計画実績管理表を表示するための管理表データが生成される。そして、表示手段により、このように生成された管理表データに基いて、計画実績管理表が表示される。

【0012】従って、計画実績管理表（即ち、テリトリー管理表）には、得意先の魅力度或いは重要度に応じた順番で得意先が配列されているので、これを見る営業マン等は、訪問計画、訪店計画等を立てる上での優先順位を、当該計画実績管理表中の配列順にそのまま対応させれば、全体として最も営業効率のよい訪問計画等を立てたことになり、訪問等すべき（即ち、重要視すべき）得意先を見落とす可能性も殆どなくなる。このため、限られた営業日数内で最大限の営業成績を上げることに繋がる。更に、得意先として店舗別、法人別のテリトリー管理表たる、計画実績管理表のフォーマットを統一することができる。

【0013】本発明の第1の営業戦略支援システムの一の態様では、各得意先への自社商品の売上実績額を示す得意先別売上実績情報を格納する第3ファイル手段を更に備えており、前記生成手段は、前記第3ファイル手段に格納された得意先別売上実績情報に基いて、前記配列された得意先の各々についての得意先別売上実績情報及び各得意先への自社商品の売上計画額を示す得意先別売上計画情報を前記計画実績管理表の所定欄に含めるように前記管理表データを生成する。

【0014】この態様によれば、第3ファイル手段には、各得意先への自社商品の売上実績額を示す得意先別売上実績情報が格納される。そして、この第3ファイル手段に格納された得意先別売上実績情報に基いて、得意先別売上実績情報及び得意先別売上計画情報を計画実績管理表の所定欄に含めるように、生成手段により管理表データが生成される。ここに、各得意先への自社商品の売上計画額を示す得意先別売上計画情報については、例えばクライアント装置やサーバー装置において営業マン、営業所長、本部担当者等が、各得意先の所定期間（例えば、月毎）の売上目標金額（基準予算）を示す情報としてマニュアル入力してもよいし、或いは、サーバー装置において、マスター予算（基準予算総額）、得意先別売上実績情報、自社の成長率等の所定関数として自

動的に演算してもよい。そして、このように計画情報と実績情報との対比（即ち、予実管理）を、表示手段により表示された計画実績管理表上で行えるで非常に便利である。

【0015】この態様では、前記得意先別売上実績情報は、所定分類毎の自社商品の売上実績額を含み、前記得意先別売上計画情報は、所定分類毎の自社商品の売上計画額を含んでもよい。

【0016】このように構成すれば、得意先別売上実績情報は、例えば、ステレオ、ビデオ、冷蔵庫といったアイテム別、型番DVD-7123、型番CD-3500といったモデル別などの所定分類毎の自社商品の売上実績額を含み、得意先別売上計画情報は、このような所定分類毎の自社商品の売上計画額を含むので、計画実績管理表には、これらの分類別の実績情報や計画情報を含めることができ、自社商品についての分類毎のテリトリー管理を行うことが可能となる。

【0017】また、この第3ファイル手段を備えた態様では、前記配列された得意先の各々についての前記売上実績額と前記売上計画額との大小関係を営業活動における勝負結果を示す指標として前記計画実績管理表の所定欄に含めるように前記管理表データを生成してもよい。

【0018】このように構成すれば、営業上の観点から各店舗毎に現状では勝っているか又は負けているかが、表示手段により表示された計画実績管理表上で一目で分かるので非常に便利である。

【0019】更に、この第3ファイル手段を備えた態様では、前記得意先別売上実績情報が蓄積された情報源から通信手段を介して前記得意先別売上実績情報を取り込む取込手段を更に備えており、前記第3ファイル手段は、前記取り込まれた得意先別売上実績情報によりその内容を更新してもよい。

【0020】このように構成すれば、取込手段により最新の得意先別売上実績情報を迅速且つ遅延無く取込むことが可能であり、これにより第3ファイル手段に格納された得意先別売上情報を最新の情報に遅延無く更新することが可能となる。従って、最新情報に基づくテリトリー管理表を得ることが容易となる。

【0021】本発明の第1の営業戦略支援システムの他の態様では、前記生成手段は、前記配列された得意先の各々についてのコメントを示すテキスト情報を前記計画実績管理表の所定欄に含めるように前記管理表データを生成する。

【0022】この態様によれば、例えば各営業マン、営業所長、本部担当者等によりクライアント装置側或いはサーバー装置側において、計画実績管理表には各得意先毎にコメントを参照したり書き込むことが可能となる。

【0023】本発明の第1の営業戦略支援システムの他の態様では、当該営業戦略支援システムは、サーバー装置と該サーバー装置に通信手段を介して接続可能な複数

のクライアント装置とからなり、前記クライアント装置は夫々、前記表示手段を含むと共に、前記計画実績管理表のうち所望のものを指定する指定情報を入力可能な入力手段と、該入力手段により入力された指定情報を前記サーバー装置側に前記通信手段を介して送信するクライアント側送受信手段とを備えており、前記サーバー装置は、前記第1ファイル手段、前記第2ファイル手段、前記第1演算手段、前記第2演算手段、前記第3演算手段及び前記生成手段を含むと共に、前記生成された管理表データを各得意先に対応付けて格納する第4ファイル手段と、前記指定情報を前記通信手段を介して受信するサーバー側送受信手段と、該受信された指定情報に対応する管理表データを前記第4ファイル手段から抽出する抽出手段とを備えており、前記サーバー側送受信手段は、該抽出された管理表データを前記通信手段を介して前記クライアント側送受信手段に送信し、前記表示手段は、前記クライアント側送受信手段により受信された管理表データに基づいて前記計画実績管理表を表示する。

【0024】この態様によれば、一のクライアント装置において、例えば、営業マン自身や営業所長の部下に係る計画実績管理表（即ち、テリトリー管理表）を指定する指定情報が、入力手段により入力される。すると、この入力された指定情報は、クライアント側送受信手段によりサーバー装置側に送信される。そして、サーバー装置側では、この送信された指定情報がサーバー側送受信手段により受信され、この受信された指定情報に対応する管理表データが、抽出手段により第4ファイル手段から抽出される。次に、このように抽出した管理表データは、通信手段を介してサーバー側送受信手段によりクライアント側送受信手段に送信される。これを受けてクライアント装置側では、クライアント側受信手段により受信された管理表データに基づいて、指定された計画実績管理表が表示手段により表示される。従って、所望の計画実績管理表を、非常に簡単且つ迅速に表示できるので非常に便利である。特に、管理表データの生成、メンテナンス、保存等については、サーバー装置側で行われており、クライアント装置側では、このように生成等された管理表データを有線又は無線を用いた通信手段を介して受信して、これに基づいて計画実績管理表を表示すればよいので、各クライアント装置にかかる負荷は非常に小さくて済むと共に通信手段を介して各クライアント装置において迅速に計画実績管理表を表示することが可能となる。加えて、サーバー側で一度生成した管理表データ等を複数のクライアント装置で共有できるのでハードウェア資源の有効利用を図ることができ、更に各クライアント装置において同一判断基準に基くと共に同一フォーマットの表を用いて、テリトリー管理を行えるので実践上非常に有利である。また同一情報源から売上情報等を隨時投入してサーバー装置側で一元処理を行うことができる。

【0025】この態様では、前記入力手段は、前記計画実績管理表に含める項目を特定する条件を示す条件データを入力可能に構成されており、前記クライアント側送受信手段は、前記入力手段を介して入力された条件データを前記通信手段を介して前記サーバー側送受信手段に送信し、前記生成手段は、前記サーバー側送受信手段により受信された条件データに応じて前記管理表データを生成してもよい。

【0026】このように構成すれば、一のクライアント装置において、計画実績管理表に含める項目を特定する条件（例えば、所望の時期や所望の商品群など）を示す条件データが入力手段を介して入力される。すると、この入力された条件データは、クライアント側送受信手段によりサーバー装置側に送信される。そして、サーバー装置側では、この送信された条件データがサーバー側送受信手段により受信され、生成手段により、この受信された条件データに応じて管理表データが生成される。次に、このように生成された管理表データは、通信手段を介してサーバー側送受信手段によりクライアント側送受信手段に送信される。これを受けてクライアント装置側では、クライアント側受信手段により受信された管理表データに基づいて、所望の計画実績管理表が表示手段により表示される。従って、様々な時期或いは商品群などについての計画実績管理表を、非常に簡単に迅速に表示できるので非常に便利である。

【0027】本発明の第1の営業戦略支援システムの他の態様では、前記表示手段は、前記計画実績管理表に含まれる得意先のうち所望のものが指定されると、地図データに基づいて前記指定された得意先の所在地に所定マークが重畠された地図を表示する。

【0028】この態様によれば、計画実績管理表に含まれる得意先のうち所望のものが指定されると、得意先の所在地に所定マークが重畠された地図が表示手段により地図データに基づいて表示される。従って、営業マン等の操作者は、地図を計画実績管理表（即ち、テリトリー管理表）と同時に或いは相前後して見ることができるので地理的条件との関連でテリタリー管理を行う上で大変便利である。

【0029】本発明の第2の営業戦略支援システムは上述の課題を解決するために、少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先への所定商品分類毎の自社商品の売上を示す得意先別売上情報を格納する第3ファイル手段と、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y1の偏差値aを演算する第1演算手段と、各地

域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y2を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y2の偏差値bを演算する第2演算手段と、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、展示予定の特定商品の属する商品分類及び該特定商品の展示予定総数を入力する入力手段と、前記第3ファイル手段から前記特定商品の属する商品分類の自社製品の売上Iを示す得意先別売上情報を取得して、前記全得意先を母集団としての各得意先における前記売上Iの偏差値cを演算する第4演算手段と、各得意先において前記特定商品を展示すべき度合いを示す展示ガイド値を、前記PPMパラメータYの偏差値及び前記偏差値cの加重平均として演算する第5演算手段と、該演算された展示ガイド値が高い順に、前記入力された展示予定総数だけ得意先をリストアップして所定フォーマットで表示する表示手段とを備える。

【0030】本発明の第2の営業戦略支援システムによれば、サーバー装置側では、第1ファイル手段に、少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報が格納される。第2ファイル手段に、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報が格納される。第3ファイル手段に、少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先への所定商品分類毎の自社商品の売上を示す得意先別売上情報が格納される。

【0031】次に、第1演算手段により、第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて、分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における販売額Y1の偏差値aが演算される。第2演算手段により、各地域における総購買力の成長性を示す指標として、第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域における総販売額の時期に対する変化率Y2が夫々演算される。更に第2演算手段により、分析対象となる全地域を母集団としての各地域における変化率Y2の偏差値bが演算される。次に、第3演算手段により、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYが、偏差値a及びbの加重平均として演算される。ここで特定製品の新発売などの際に展示展開を行う場合に、入力手段により、展示予定の特定商品の属する商品分類（例えば、ステレオやテレビなど）及び該特定商品の展示予定総数（例えば、2000台）が入力される。すると、第3ファイル手段から特定商品の属する商品分類の自社製品の売上Iを示す得意先別売上情報が取得されて、全得意先を母集団としての各得意先における前記売上Iの偏差値cが、第4演算手段により演算される。更に、第5演算手段により、各得意先において展示すべき度合いを示す展示ガイド値が、PPMパラメータYの偏

差値及び前記偏差値cの加重平均として演算される。そして、このように演算された展示ガイド値が高い順に、入力された展示予定総数だけ得意先がリストアップされ、表示手段により所定フォーマット（一覧表形式や一覧リスト形式、或いは地図データ上のプロット形式など）で表示される。

【0032】従って、特定商品を展示展開する際に、全国一律の客観的な基準に従って、展示展開に相応しい優先順位で、得意先（即ち、店舗や法人など）がリストアップされるので、全体として最も営業効率のよい展示計画等を立てたことになり、展示すべき（即ち、重要視すべき）得意先を見落とす可能性も殆どなくなる。このため、限られた展示予定総数の特定商品により最大限の営業成績を上げることに繋がる。

【0033】本発明の第2の営業戦略支援システムの一の態様では、前記PPMパラメータYを演算する際の加重平均の構成比及び前記展示ガイド値を演算する際の加重平均の構成比のうち少なくとも一方を設定する設定手段を更に備える。

20 【0034】この態様によれば、設定手段により、PPMパラメータYの演算の際に、その加重平均における構成比率を設定変更可能であり、これにより、各得意先における販売力を重視した場合のPPMパラメータYと各得意先における成長性を重視した場合のPPMパラメータYとを操作者の所望により求めることが可能となる。更に、展示ガイド値の演算の際に、その加重平均における構成比率を設定変更可能であり、これにより、各得意先における魅力度を重視した場合の展示ガイド値と、各得意先における自社の特定商品の強さを重視した場合の展示ガイド値とを操作者の所望により求めることができる。

【0035】本発明の第2の営業戦略支援システムの他の態様では、前記表示手段は、地図データに基づいて前記リストアップされた得意先の所在地に所定マークが重畠された地図を表示する。

【0036】この態様によれば、リストアップされた得意先の所在地に所定マークが重畠された地図が表示手段により地図データに基づいて表示される。従って、営業マン等の操作者は、地図上で特定商品を展示すべき得意先の各位置や分布を見る所以ができるので大変便利である。

【0037】尚、所定マークとしては、展示予定総数の所定マークを全て同じマークとして表示してもよいし、展示ガイド値の大きさにより色の異なるマークとしてもよいし、計画段階にある得意先のマークと計画が実行された後の得意先のマークとを相異なる色のマークとしてもよい。更に、リストアップされなかったにも拘らず、何らかの理由により予定外に展示された得意先の所在地についても同一地図上に更に異なった色のマークで表示するようにしてもよい。

【0038】本発明の第2の営業戦略支援システムの他の態様では、前記得意先別売上情報が蓄積された情報源から通信手段を介して前記得意先別売上情報を取り込む取込手段を更に備えており、前記第3ファイル手段は、前記取り込まれた得意先別売上情報によりその内容を更新する。

【0039】この態様によれば、取込手段により最新の得意先別売上情報を迅速且つ遅延無く取込むことが可能であり、これにより第3ファイル手段に格納された得意先別売上情報を最新の情報に遅延無く更新することが可能となる。従って、最新情報に基く計画実績管理表を得ることが容易となる。

【0040】本発明の第2の営業戦略支援システムの他の態様では、当該営業戦略支援システムは、サーバー装置と該サーバー装置に通信手段を介して接続可能な複数のクライアント装置とかなり、前記クライアント装置は夫々、前記入力手段及び前記表示手段を含み、前記サーバー装置は、前記第1から第3ファイル手段及び前記第1から第5演算手段を含む。

【0041】この態様によれば、一のクライアント装置において、展示予定の特定商品の属する商品分類及び該特定商品の展示予定総数が、入力手段により入力される。通信手段を介して、これを受けたサーバー装置では、第1から第3ファイル手段に格納された諸データに基いて、第1から第5演算手段による所定演算が行われ、展示ガイド値が演算される。通信手段を介して、これを受けた一のクライアント装置では、展示ガイド値が高い順にリストアップされた得意先が表示手段により所定フォーマットで表示される。従って、諸データの生成、メンテナンス、保存等については、サーバー装置側で行われており、クライアント装置側では、この結果としてリストアップされた得意先を示す情報を有線又は無線を用いた通信手段を介して受信して表示すればよいので、各クライアント装置にかかる負荷は非常に小さくて済むと共に通信手段を介して各クライアント装置において迅速に表示することが可能となる。また同一情報源から売上情報等を随時投入してサーバー装置側で一元処理を行うことができる。

【0042】本発明の第1又は第2の営業戦略支援システムの他の態様では、前記第1演算手段は、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に加えて各得意先における全販売額に対する特定商品群の売上の比率を示す商品比率情報に基づいて、各店舗について販売額Y1に該比率を乗じた値を特定商品群販売額Y1'として、各得意先における前記偏差値aを前記販売額Y1に代えて前記特定商品群販売額Y1'について演算する。

【0043】この態様によれば、各得意先における取り扱い商品全てではなく、特定商品群についての特定商品群販売額Y1'を示す得意先別販売額情報に基づいて、

分析対象となる全得意先を母集団としての特定商品群販売額Y1'の偏差値aが演算され、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYが、このようにして演算された偏差値a及びbの加重平均として演算される。従って、クライアント装置における表示手段により、自社が営業対象とする特定商品群がより忠実に反映されたテリトリー管理表を表示することが可能となる。

【0044】本発明の第1のプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体は上述の課題を解決するために、営業戦略支援システムに備えられたコンピュータによって、テリトリー管理用の計画実績管理表を表示させるためのプログラムを記録した媒体であって、該プログラムは、前記コンピュータを少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y1の偏差値aを演算する第1演算手段と、各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y2を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y2の偏差値bを演算する第2演算手段と、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、自社の営業単位に対応して分類された一の得意先群に属する複数の得意先が前記PPMパラメータYの大きい順に配列されており且つ少なくとも該配列された得意先の各々についての所定期間毎の営業活動情報が時系列的に配列された計画実績管理表を表示するための管理表データを生成する生成手段として機能させる。

【0045】従って、第1のプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体によれば、当該媒体をコンピュータに機械読み取りさせてプログラムを実行させれば、前述した本発明の第1の営業戦略支援システムをコンピュータ上で実現することが出来る。

【0046】本発明の第2のプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体は上述の課題を解決するために、営業戦略支援システムに備えられたコンピュータによって、展示ガイドを行うためのプログラムを記録した媒体であって、該プログラムは、前記コンピュータを少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先の販売額Y1を示す得意先別販売額情報を格納する第1ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各地域の総販売額を示す地域別販売額情報を格納する第2ファイル手段と、少なくとも2つの相前後する時期についての各得意先への所定商品分類毎の自社商品の売上を

示す得意先別売上情報を格納する第3ファイル手段と、前記第1ファイル手段に格納された得意先別販売額情報に基づいて分析対象となる全得意先を母集団としての各得意先における前記販売額Y1の偏差値aを演算する第1演算手段と、各地域における総購買力の成長性を示す指標として前記第2ファイル手段に格納された地域別販売額情報により示される各地域の総販売額の時期に対する変化率Y2を夫々演算すると共に分析対象となる全地域を母集団としての各地域における前記変化率Y2の偏差値bを演算する第2演算手段と、各得意先の魅力度を示すPPMパラメータYを前記偏差値a及びbの加重平均として演算する第3演算手段と、展示予定の特定商品の属する商品分類及び該特定商品の展示予定総数が入力されると、前記第3ファイル手段から前記特定商品の属する商品分類の自社製品の売上Iを示す得意先別売上情報を取得して、前記全得意先を母集団としての各得意先における前記売上Iの偏差値cを演算する第4演算手段と、各得意先において展示すべき度合いを示す展示ガイド値を、前記PPMパラメータYの偏差値及び前記偏差値cの加重平均として演算する第5演算手段と、前記演算された展示ガイド値が高い順に、前記入力された展示予定総数だけ得意先をリストアップする手段として機能させる。

【0047】従って、第2のプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体によれば、当該媒体をコンピュータに機械読み取りさせてプログラムを実行させれば、前述した本発明の第2の営業戦略支援システムをコンピュータ上で実現することが出来る。

【0048】本発明のこのような作用及び他の利得は次に説明する実施の形態から明らかにされよう。

#### 【0049】

【発明の実施の形態】（第1の実施の形態）本発明の第1実施形態を図1から図8を参照して説明する。ここに図1は、第1実施形態のシステム構成を示すブロック図であり、図2は第1実施形態において表示可能なテリトリーマネジメントの一例を示す平面図であり、図3は第1実施形態において表示可能な表の他の例を示す平面図であり、図4は第1実施形態において表示可能な地図の一例を示す平面図であり、図5から図8は、第1実施形態の動作を示すフローチャートである。

【0050】図1に示すように、第1実施形態の営業戦略支援システムは、AMT（エリアマーケティングツール）用のサーバー装置100と、AMT用のクライアント装置200とから構成されており、両者は、ネットワーク400aを介して接続されている。また、自社の販売管理部門や経理部門のコンピュータ内に構築される入力ファイル300とサーバー装置100とは、ネットワーク400bを介して接続されている。ここでは、ネットワークの種類は問わず、通信方式についても、有線、無線、専用回線、一般回線等のいずれでもよい。尚、図

1では、クライアント装置200が一つだけ表示されているが、実際には、同一PPMデータを供給すべく複数のクライアント装置200がネットワーク400aを介してサーバー装置100に接続可能である。

【0051】サーバー装置100は、比較的大容量の記憶装置を備えたパーソナルコンピュータや中型又は大型コンピュータであればよい。他方、クライアント装置200は、パーソナルコンピュータや特にノート型パソコンやモバイル型コンピュータでもよく、携帯電話を介してサーバー装置100に接続される型でもよい。

【0052】サーバー装置100は、バッチプログラムが格納された記憶装置103と、このバッチプログラムを実行するCPU101と、CPU101に作業領域を提供するRAM等のメモリ102と、表示装置105と、入力装置106と、データベース（AMT D/B群）が格納された大型記憶装置110と、ネットワーク400aに接続可能な送受信装置120と、CD-ROMドライブ等の読み取装置107とを備える。このデータベース内には、入力ファイル300からCPU101のバッチ処理により取り込まれる店舗属性情報、売上情報、都道府県／市区町村マスタ情報及び地域別販売額情報を夫々格納する店舗属性情報ファイル111、売上蓄積情報ファイル112、都道府県／市区町村マスタファイル113及び地域別販売額情報ファイル114が論理的に構築されており、更に、サーバー装置100におけるマスタ管理メニューからデータ入力されるAMT内部マスタ情報を格納するAMT内部マスタファイル115及びサーバー装置100により演算された結果得られるテリトリーマネジメントデータを格納するテリトリーマネジメントデータファイル116が論理的に構築されている。

【0053】ここに、「店舗属性情報」とは店舗名及びその店舗コードを示す情報であり、予め個々の店舗に固有の情報として与えられる。「売上情報」とは、例えば月別及び年度別に集計された各得意先への自社商品の売上を示す情報であり、自社の販売管理部門或いは経理部門に随時集計されている。「都道府県／市区町村マスタ情報」は、各店舗が属する都道府県や市町村を示す属性情報であり、「地域別販売額情報」は、各地域（都道府県や市町村単位）における、例えば家電商品全体の販売額などの特定商品の販売額を示す情報であり、各地方自治体や公共調査機関により数年おき（例えば3～4年おき）に発表される商業統計から一般に得ることができる。但し、別途調査してもよい。

【0054】また、AMT内部マスタファイル115には、マスタ管理メニューからデータ入力により、各店舗属性情報に対応しており各店舗について分析対象とするのか否かを示すフラグ情報、各店舗における店舗販売額情報（自社及び他社を問わない店舗別の総販売額を示す情報）、各店舗における平均粗利情報、バッチ処理により演算される地域の成長性を示す指標データや自社商品

の売上の前年対比データなどを含む。この「店舗販売額情報」については、少なくとも前年度及び前々年度のものを含み、このような販売額情報は、決算期毎に各得意先を含む法人から発表される決算報告書から一般に得ることができる。或いは、別途調査したり、各得意先から直接取得してもよい。

【0055】これらの大型記憶装置110内にデータベースとして格納される各種ファイルは、ネットワーク400からの入力ファイル300の取り込み処理、マスタ管理メニューからのデータ入力処理或いはこれらに対応するCPU101によるバッチ処理によって、そのメンテナンスが行われる。特に、このように取り込まれる売上情報に応じて売上蓄積情報を順次最新のものとして売上蓄積情報ファイル112に蓄積するバッチ処理が行われる。

【0056】更にサーバー装置100は、バッチ処理により以下のようにテリトリー管理データの算出を行いテリトリー管理データファイル116のメンテナンスを行う。

【0057】ここで、第1実施形態におけるテリトリー管理データの算出について説明する。

$$Y_2 = POWER \left( \frac{\text{前回の地域別販売額}}{\text{前々回の地域別販売額}}, \frac{1}{\text{発刊間隔}} \right) * 100 \quad \dots \dots \quad (1)$$

但し、POWER(x, y)は、xのy方根を示す。

【0061】尚、地域別販売額情報が無いなどで、データ算出エラーの場合は、 $Y_2 = 100$ とする（即ち、その場合には成長率していないとみなす）。

【0062】次に、入力ファイル300から取得した売上情報に基いて、店舗別に当月売上金額実績、前月売上金額実績及び前年売上金額実績の集計を行うバッチ処理を行い、集計された実績データを売上蓄積情報ファイル112に格納する。更に、AMT内部マスターファイル115に格納されており、サーバー装置100にてメンテナンスされるチャネル（例えば、政策区分、販売形式分類などの所定分類単位）別に当月売上金額実績、前月売上金額実績及び前年売上金額実績の集計を行うバッチ処理を行い、集計された実績データを売上蓄積情報ファイル112に格納する。同様に、サーバー装置100にてメンテナンスされるアイテム（例えば、ステレオ、テレビなどの商品分類）別に当月売上金額実績、前月売上金額実績及び前年売上金額実績の集計を行うバッチ処理を行い、集計された実績データを売上蓄積情報ファイル112に格納する。

$$Y_1 \text{ の標準偏差} = \sqrt{\frac{(n * \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2)}{n * (n-1)}} \quad \dots \dots \quad (2)$$

$$Y_2 \text{ の標準偏差} = \sqrt{\frac{(n * \sum Y_2^2 - (\sum Y_2)^2)}{n * (n-1)}} \quad \dots \dots \quad (2)$$

但し、nはサンプル数（分析対象の店舗総数）である。

【0065】そして、店舗別販売額Y1及び年変化率Y★

$$Y_1 \text{ の偏差値} = (Y_1 - Y_1 \text{ の平均値}) / Y_1 \text{ の標準偏差} * 10 + 50 \quad \dots \dots \quad (3)$$

$$Y_2 \text{ の偏差値} = (Y_2 - Y_2 \text{ の平均値}) / Y_2 \text{ の標準偏差} * 10 + 50 \quad \dots \dots \quad (3)$$

但し、Y1、Y2については、市区町村のみ対象とし、区を持つ市及び都部計は除く。

\* 【0058】まず、AMT内部マスターfile115に格納された分析対象とするか否かを示すフラグ情報に従って、分析対象店舗における店舗販売額Y1を抽出する。この店舗販売額Y1は、前述のようにサーバー装置100において適宜メンテナンスされている。このように分析対象となる店舗としては、全店舗でもよいが、通信販売や特殊形態による販売など、同一次元で分析するのに相応しくない店舗については予め分析対象から外するのが好ましい。このフラグ情報についても、サーバー装置100においてメンテナンスされている。

【0059】次に、地域別販売額情報ファイル114に格納された前回及び前々回の商業統計による地域別販売額情報（市区町村別販売額）を取得する。他方、これら前回及び前々回の地域別販売額情報の発刊間隔を取得する。この発刊間隔についても、サーバー装置100上でメンテナンスされている。

【0060】そして、各地域における総購買力の成長性を示す指標として、次式（1）を用いて、各地域における総販売額の年変化率（年成長率）Y2を夫々演算する。

※ 金額実績及び前年売上金額実績の集計を行うバッチ処理を行い、集計された実績データを売上蓄積情報ファイル112に格納する。

【0063】尚、この実績データの集計の際必要に応じて継続処理／配賦処理を行う。より具体的には、店舗名や法人名が変更されていたり、個人店がフランチャイズ化されていたりして、新旧の店舗間に継続性が無いような場合でも、事実上の継続が認められる場合には、1年間の前後の店舗間に継続性を持たせるように、AMT内部マスターfile115に登録する処理を行う。或いは、商品センター等に一括して納入した後に、当該商品センター等を介して各店舗に売り上げられた場合などに、その店舗毎の売上額（実績額）又はみなし売上を配賦する処理を行う。

【0064】次に、上述の処理により抽出された店舗別販売額Y1及び年変化率Y2についての標準偏差を次式（2）を用いて夫々求める。

$$\star 2 \text{ の夫々について次式 (3) を用いて標準偏差を夫々各店舗について求める。}$$

$$Y_1 \text{ の標準偏差} = \sqrt{\frac{(n * \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2)}{n * (n-1)}} \quad \dots \dots \quad (3)$$

$$Y_2 \text{ の標準偏差} = \sqrt{\frac{(n * \sum Y_2^2 - (\sum Y_2)^2)}{n * (n-1)}} \quad \dots \dots \quad (3)$$

【0066】次に、各店舗の魅力度を示すPPMパラメータYが、Y1の偏差値及びY2の偏差値の加重平均と

して次式(4)を用いて演算される。

$$Y = Y_1 \text{の偏差値} * Y_1 \text{の構成比} + Y_2 \text{の偏差値} * Y_2 \text{の構成比}$$

尚、 $Y_1$ 構成比及び $Y_2$ 構成比は、AMT内部マスタファイル115に格納され、サーバー装置100においてメンテナンスされている。また、このようにして求めたPPMパラメータYについてもAMT内部マスタファイル115又はテリトリー管理データファイル116に格納され、サーバー装置100においてメンテナンスされる。

【0068】図1において、クライアント装置200は、画面プログラムが格納された記憶装置203と、この画面プログラムを実行するCPU201と、CPU201に作業領域を提供するRAM等のメモリ202と、表示装置205と、ネットワーク400aに接続可能な送受信装置220と、キーボードやマウスを含む入力装置206と、CD-ROMドライブ等の読み取り装置207とを備える。

【0069】図1において、クライアント装置200は、例えば営業マン自身や営業所長の部下に係るテリトリー管理表を入力装置206を介して指定すると、指定情報を送受信装置220によりサーバー装置100側にネットワーク400aを介して送信する。サーバー装置100は、この指定情報をネットワーク400aを介して受信する送受信装置120を備えており、CPU201では、受信された指定情報に対応するテリトリー管理データをテリトリー管理データファイル116から抽出する。すると、送受信装置220は、抽出されたテリトリー管理表データをネットワーク400aを介してクライアント装置200側の送受信装置220に送信する。表示装置205は、受信されたテリトリー管理データに基づいてテリトリー管理表を表示する。このように、クライアント装置200において、指定したテリトリー管理表を簡単且つ迅速に表示できる。

【0070】また、入力装置206は、テリトリー管理表に含める項目を特定する条件（例えば、所望の時期や所望の商品群など）を示す条件データを入力可能に構成されており、ネットワーク400aを介してこれを取得したCPU101は、この条件データに応じてテリトリー管理表データを生成する。これを受けてクライアント装置200側では、クライアント側の送受信装置220により受信されたテリトリー管理データに基づいて、所望の項目を含むテリトリー管理表が表示装置205により表示される。更に、ここでテリトリー管理表に含める項目を特定する条件としては、店舗別の他に、例えば、(I)営業店ベース、支店ベース、営業マンベース等の組織別や市町村別などの階層別、(II)法人ベース、政策区分ベース、販売属性ベース別など属性別、(III)過去の特定期間などがあり、このような条件設定により、様々な時期或いは商品群などについての各種フォーマットの

\* \* 【0067】

..... (4)

テリトリー管理表を簡単且つ迅速に表示できる。

【0071】尚、上述のように予め演算されてテリトリー管理ファイル116に格納され、クライアント装置200からの要求に応じて適宜呼び出されるテリトリー管理データは、例えば、1日毎や利益確定時毎に、或いは、例えば担当営業マンや営業所の変更の際に発せられる

- 10 実効命令に応じて更新作成される。特に、売上実績情報報は、定期的に取り込まれるため、テリトリー管理表は、例えば月に5回程度（例えば、計画版、10日版、20日版、確定版及び限界利益版として）更新作成するのが望ましい。また、期間の経過に応じて計画が実績に変更されるため、月別集計については、逐次月ズレ処理を行うと共に、最終的に限界利益版（即ち、利益が確定した時点で作成される計画実績管理表）に係るテリトリー管理データを13ヶ月間保管すると共にそれ以前の計画版に係るテリトリー管理データは廃棄すればよい。1  
20 13ヶ月間保管しておけば、現在を基準に、前年同月まで「テリトリー管理表」データを迅速に取り出すことができる。

- 【0072】以上のように、自社の営業マンや営業所に対応して分類された一の店舗群に属する複数の店舗先（例えば、一の営業マンが担当する複数の店舗や複数の法人）が、PPMパラメータYの大きい順に配列されており、且つ少なくとも該配列された店舗の各々についての、例えば、日毎、週毎、月毎などの営業活動情報が時系列的に配列されたテリトリー管理表を表示するための30 テリトリー管理データとして生成される。このサーバー装置100側で生成されたテリトリー管理表データに基いて、クライアント装置200側における表示装置205により、テリトリー管理表が表示される。

- 【0073】図2は、このようにして表示されるテリトリー管理表の一例を示している。

- 【0074】図2において、テリトリー管理表205aには、PPMパラメータYの大きい順に店舗名が上から下に向かって配列されており、各店舗名に対して一つの行が割り当てられている。各行には、その店舗が属する40 法人コード205b、売上実績額情報205c、売上予算額情報205d等と共に日毎にカレンダー形式で時系列に並べられた「営業活動情報」欄205sがある。この「営業活動情報」欄205sの各マスには、例えば、0から9の数字が書き込まれる。この場合、例えば訪問計画の場合に“0”、計画通り実行した場合に“1”、計画無しに訪問した場合に“2”、計画倒れに終わった場合に“3”、…など、一定規約の元に数字を書き込むようとする。但し、数字の代りに、短い用語（例えば、“未”、“訪問済”、“失敗”など）を記入するように50 してもよい。

【0075】このように、テリトリー管理表205aには、店舗の魅力度或いは重要度に応じた順番で店舗が配列されているので、これを見る営業マン等は、訪問計画、訪店計画等を立てる上での優先順位を、当該テリトリー管理表205a中の配列順にそのまま対応させれば、全体として最も営業効率のよい訪問計画等を立てたことになり、訪問等すべき得意先を見落とす可能性も殆どなくなる。

【0076】本実施の形態では特に、図2に示したようにテリトリー管理表には、各店舗への自社商品の売上計画額を示す店舗別の売上予算額情報205dが含まれているのが、この売上予算額（計画額）は、例えばクライアント装置200やサーバー装置100において営業マン、営業所長、本部担当者等が、各店舗の月別の売上目標金額（基準予算）を示す情報として一つ一つマニュアル入力してもよいし、或いは、サーバー装置100において、マスター予算（基準予算総額）、店舗別売上実績情報、自社の成長率等の所定関数として自動的に演算してもよい。このように本実施形態では、同一のテリトリー管理表上において、売上予算額情報205d（計画額）と売上実績額情報205cとの対比（即ち、予実管理）を行えるで非常に便利である。

【0077】更に、このような売上実績額情報205cは、全種類の自社商品の売上実績額情報であってもよいし、所定分類毎（例えば、全家電商品ではなく、ステレオ、テレビなど特定商品分類毎）の自社商品の売上実績額情報であってもよく、これに対応して、売上予算額情報205dについても、全種類の商品の売上予算額情報であってもよいし、所定分類毎の商品の売上予算額情報であってもよい。特に、所定分類毎の売上まで示すようにサーバー装置100において、これらの情報を取得しメンテナンスすれば、テリトリー管理表には、これらの分類別の実績額情報や予算額情報を含めることができ、テリトリー管理表を用いて、商品分類毎のテリトリー管理を行うことが可能となる。例えば、ステレオ、ビデオ、冷蔵庫といったアイテム別のテリトリー管理や、型番DVD-7123、型番CD-3500といったモデル別のテリトリー管理も可能となる。

【0078】本実施形態では、図2に示したようにテリトリー管理表にある“勝負”的欄には、例えば月単位や決算期単位で各店舗についての売上実績額が売上計画額より大きい場合に、営業活動における勝を示すマークとして“○”が表示され、逆に売上実績額が売上計画額より小さい場合に、営業活動における負けを示すマークとして“●”が表示される。このため、営業上の観点から各店舗毎に現状では勝っているか又は負けているかが、テリトリー管理表上で一目で分かるで非常に便利である。

【0079】更に、図3(a)に示すように、このような勝負を各店舗について月別に判定した結果を（例え

ば、○（勝）や●（負）などの記号で）店舗別の一覧表として表示装置205の他の表示画面の一部又は全部として表示するように構成してもよい。図3(a)に示した表205fを見れば、売上実績額と売上予算額に基いて判定された勝負の時系列的な流れを非常に理解し易くなり、営業戦略を立てる上で便利である。

【0080】これに加えて本実施形態では、図3(b)に示すように、各店舗についてのコメントを示すテキスト情報205gをテリトリー管理表の所定欄に含めるよう10にテリトリー管理データを生成してもよい。このように構成すれば、例えば各営業マン、営業所長、本部担当者等によりクライアント装置200側或いはサーバー装置200側において、テリトリー管理表には各店舗毎にコメントを書き込むことが可能となるので、店舗固有の営業戦略に係る注意書きや覚え書きを当該テリトリー管理表の一部として或いは同時に見ることができ、更に当該テリトリー管理表を見ながらこのようなコメントを書き込んだり修正したり可能となるので実際上非常に便利である。

【0081】また、図4に示すように、図2の如きテリトリー管理表にリストアップされた多数の店舗のうち、クライアント装置200における入力装置206を介して所望の一つ又は複数の店舗が指定されると、地図データに基づいて指定された店舗の所在地に所定マークが重畳された地図205mを表示装置205により表示するように構成してもよい。このように構成すれば、営業マン等の操作者は、地図をテリトリー管理表と同時に或いは相前後して見ることができるので地理的条件との関連でテリタリー管理を行う上で大変便利である。尚、図430に示した例では、店舗の魅力度（重要度）の高い順に、即ち図2のテリトリー管理表のリストアップ順に、第1～10番目の店舗の所在地については黒丸マークで示されており、第11～20番目の店舗の所在地についてはハッチング丸マークで示されており、第21～30番目の店舗の所在地については白丸マークで示されているが、マークの形状や色及び各形状や各色の定義は任意である。また、地図205m上の所在地を示すマークにカーソルを合わせてクリックすることで、この所在地に対応する店舗名やその売上情報等がリストやグラフでウイ40ンドウ表示等するように構成すれば一層便利である。

【0082】他方、本実施形態では、PPMパラメータYの演算の際に、その加重平均における構成比率を設定変更することにより、各店舗における販売力を重視した場合のテリトリー管理表と各店舗における成長性を重視した場合のテリトリー管理表とを適宜表示できる。両者における店舗のリストアップ順は一般異相異なる。このような構成比率は、サーバー装置100で統一的に設定しても良いし、各クライアント装置200において個々に設定してもよい。

【0083】以上説明したように本実施形態によれば、

PPMパラメータYを含めてテリトリー管理データは、サーバー装置100側で演算されており、クライアント装置200側では、生成済みのテリトリー管理データをネットワーク400aを介して受信して、これに基づいて画面プログラムにより実現されるエディタ或いはブラウザ機能によりテリトリー管理表205aを表示すればよい。このため、各クライアント装置100にかかる負荷は非常に小さく済むと共にネットワーク400aを介してクライアント装置200において迅速にテリトリー管理表205aを表示することが可能となる。加えて、サーバー装置100側で一度演算して得たテリトリー管理データを複数のクライアント装置200で共有できるのでシステム全体におけるハードウェア資源の有効利用を図ることができる。特に、同一情報源たる入力ファイル300から売上情報等を随時投入してサーバー装置100側で一元処理を行うことができ、この処理結果を複数のクライアント装置200で利用できるのでリアルタイム的に情報を更新して行く際の対応が非常に容易となり、新規データと旧データとの混在やクライアント装置200毎に異なったテリトリー管理表205aが表示されること等による混乱を招く可能性は低減される。

【0084】以上説明した第1実施形態では、PPMパラメータYの演算用のための入力データとして、店舗別 の全商品（例えば、全家電商品）についての販売額Y1を採用しているが、全商品の販売額Y1に代えて各店舗における特定商品群（例えば、AV（オーディオ・ビジュアル）商品のみ、更にはオーディオ商品のみ）についての販売額Y1'を入力データとして、以後同様に、PPMパラメータY及びXを演算してもよい。

【0085】この場合、より具体的には販売額Y1の偏差値を演算する前段階に、

$$Y1' = \text{店舗別の販売額} Y1 \times \text{比率}$$

として、特定商品群の店舗別の販売額Y1'を求めておき、Y1の代りに用いれば良い。この比率とは、例えば各店舗における全商品に対する特定商品の比率であり、この数値も販売額Y1と同様に決算報告等から得られ、サーバー装置100にてメンテナンスされる。従って、クライアント装置200における表示装置205により、自社が営業対象とする特定商品群がより忠実に反映されたテリトリー管理表を表示することが可能となる。

【0086】このような販売額Y1'を用いて算出したPPMパラメータYと、前述の販売額Y1を用いて算出したPPMパラメータYとの両方をPPMデータとしてAMT内部マスターファイル115又はテリトリー管理データファイル116に格納してもよい。そして、クライアント装置200からの要求に応じて、どちらかの或いは両方のPPMパラメータYを優先順位付けに用いるように構成すれば、これらの両方の販売額Y1及びY1'を用いた結果として選られるテリトリー管理表を見ることが可能となるのでより一層便利である。

【0087】次に図5から図8のフローチャートを参照して本実施形態における動作の流れを説明する。

【0088】図5において先ず、入力ファイル300から店舗属性情報等をネットワーク400bを介して取り込み（ステップS1）、サーバー装置100の大規模記憶装置110内のデータベースに書き込み（ステップS2）。ここで一旦、取込処理が正しく行われたかをサーバー装置100で判定し（ステップS3）、正しく行われていなければ（ステップS3：NO）、ステップS1に戻り再試行し、正しく行われていれば（ステップS3：YES）売上情報を売上蓄積情報として売上蓄積情報ファイル112内に格納する（ステップS4）。

【0089】次に、CPU101によるバッチ処理により、店舗別に、当月の売上金額情報、次月の売上金額情報及び前年の売上金額情報を集計し（ステップS11）、アイテム別に、当月の売上金額情報、次月の売上金額情報及び前年の売上金額情報を集計し（ステップS12）、モデル別に、当月の売上台数情報、次月の売上台数情報及び前年の売上台数情報を集計し（ステップS13）、これらの情報に基づいて、前述のようにPPMパラメータYを用いたテリトリー管理データの作成及び編集を行い、テリトリー管理データファイル116を更新する（ステップS14）。この際特に、クライアント装置200から要求されやすいテリトリー管理表に対応するテリトリー管理データについては、予めセットで抽出可能なように編集しておく。ここで一旦、取込処理以降の処理が正しく行われたかをサーバー装置100で判定し（ステップS15）、正しく行われていなければ（ステップS15：NO）、ステップS4に戻り再試行し、正しく行われていれば（ステップS15：YES）、PPMデータを用意するバッチ処理を終了する。

【0090】以上のステップS1からS15については、サーバー装置100により行われる処理である。

【0091】次に、クライアント装置200において、テリトリー管理表を表示するための処理が以降のステップにより行われる。

【0092】先ず、クライアント装置200におけるメニュー画面が起動され（ステップS21）、条件設定画面を表示して、入力装置206により表示したいテリトリー管理表の条件設定入力が行われる（ステップS22）。次に、テリトリー管理表の表示を終了させる終了イベントが発生しているか否かが判定される（ステップS23）。ここで、終了イベントが発生していれば（ステップS23：YES）、一連の表示処理を終了し、終了イベントが発生していないければ（ステップS23：NO）、ステップS24に進む。ここで、CPU201は、入力条件に誤りがないかを判定し（ステップS24）、誤りがあれば（ステップS24：NO）、ステップS22に戻り再試行し、正しく行われていれば（ステップS24：YES）、図6のステップS31に進む。

30  
30  
40  
40

【0093】図6において、ステップS31では、店舗別のテリトリー管理表が要求されているか否かがCPU201において判定され、要求されていれば（ステップS31:YES）、当該クライアント装置200は、ネットワーク400aを介して、入力された条件データに対応するテリトリー管理データ等をサーバー装置100側から取得し（ステップS32）、条件データに見合った一覧表としてテリトリー管理表等を編集して表示装置205に表示する（ステップS33）。ここで、現在表時中のテリトリー管理表等の表示を終了させる終了イベントが発生しているか否かが判定され（ステップS34）、終了イベントが発生していれば（ステップS34:YES）、ステップS23に戻り、終了イベントが発生していないければ（ステップS34:NO）、ステップS35に進む。

【0094】次に、売上目標金額の入力（新規入力又は更新）が要求されているか否かがCPU201において判定され（ステップS35）、要求されていれば（ステップS35:YES）、売上目標金額画面を表示装置205に表示して（ステップS36）、売上目標金額が入力装置206を介して書き込み（入力）された後（ステップS37）、ステップS32に戻る。

【0095】ステップS35において売上目標金額の入力が要求されていないければ（ステップS35:NO）、訪店計画の入力（新規入力又は更新）が要求されているか否かがCPU201において判定され（ステップS38）、要求されていれば（ステップS38:YES）、訪店計画画面を表示装置205に表示して（ステップS39）、訪店計画が入力装置206を介して書き込み（入力）された後（ステップS40）、ステップS32に戻る。

【0096】他方、ステップS31において、店舗別のテリトリー管理表が要求されてなければ（ステップS31:NO）、図7のステップS41に進む。

【0097】図7において、ステップS41では、アイテム別のテリトリー管理表が要求されているか否かがCPU201において判定され、要求されていれば（ステップS41:YES）、当該クライアント装置200は、ネットワーク400aを介して、入力された条件データに対応するテリトリー管理データ等をサーバー装置100側から取得し（ステップS42）、条件データに見合った一覧表としてテリトリー管理表やアイテム別集計に基づく棒グラフや折れ線グラフなどを編集して表示装置205に表示する（ステップS43）。ここで、現在表示中のテリトリー管理表等の表示を終了させる終了イベントが発生しているか否かが判定され（ステップS44）、終了イベントが発生していれば（ステップS44:YES）、ステップS23に戻り、終了イベントが発生していないければ（ステップS44:NO）、ステップS45に進む。

【0098】次に、売上目標金額の入力（新規入力又は更新）が要求されているか否かがCPU201において判定され（ステップS45）、要求されていれば（ステップS45:YES）、売上目標金額画面を表示装置205に表示して（ステップS46）、売上目標金額が入力装置206を介して書き込み（入力）された後（ステップS47）、ステップS42に戻る。

【0099】他方、ステップS41において、アイテム別のテリトリー管理表が要求されてなければ（ステップS41:NO）、図8のステップS51に進む。

【0100】図8において、ステップS51では、チャネル別のテリトリー管理表が要求されているか否かがCPU201において判定され、要求されていれば（ステップS51:YES）、当該クライアント装置200は、ネットワーク400aを介して、入力された条件データに対応するテリトリー管理データ等をサーバー装置100側から取得し（ステップS52）、条件データに見合った一覧表としてテリトリー管理表やチャネル別集計に基づく棒グラフや折れ線グラフなどを編集して表示装置205に表示する（ステップS53）。ここで、現在表時中のテリトリー管理表等の表示を終了させる終了イベントが発生しているか否かが判定され（ステップS54）、終了イベントが発生していれば（ステップS54:YES）、ステップS23に戻り、終了イベントが発生していないければ（ステップS54:NO）、ステップS52に戻る。

【0101】他方ステップS51において、チャネル別のテリトリー管理表が要求されていなければ（ステップS51:NO）、ステップS61に進む。

【0102】次に、ステップS61では、モデル別のテリトリー管理表が要求されているか否かがCPU201において判定され、要求されていれば（ステップS61:YES）、当該クライアント装置200は、ネットワーク400aを介して、入力された条件データに対応するテリトリー管理データ等をサーバー装置100側から取得し（ステップS62）、条件データに見合った一覧表としてテリトリー管理表やモデル別集計に基づく棒グラフや折れ線グラフなどを編集して表示装置205に表示する（ステップS63）。ここで、現在表時中のテリトリー管理表等の表示を終了させる終了イベントが発生しているか否かが判定され（ステップS64）、終了イベントが発生していれば（ステップS64:YES）、ステップS23に戻り、終了イベントが発生していないければ（ステップS64:NO）、ステップS65に進む。

【0103】次に、売上目標台数の入力（新規入力又は更新）が要求されているか否かがCPU201において判定され（ステップS65）、要求されていれば（ステップS65:YES）、売上目標台数画面を表示装置205に表示して（ステップS66）、売上目標金額が入

力装置206を介して書き込み（入力）された後（ステップS67）、ステップS62に戻る。

【0104】他方、ステップS61において、モデル別のテリトリー管理表が要求されてなければ（ステップS61：NO）、ステップS23に戻る。

【0105】尚、以上の一連の処理においてステップS21以後の処理は、サーバー装置100から取得されるテリトリー管理データ等を用いてクライアント装置200の側で行われるが、ステップS35からS37及びS45からS47における売上目標金額の入力並びにステップS65からS67における売上目標台数の入力については、テリトリー管理表を表示する前に予めサーバー装置100側の入力装置106を介して入力設定してもよい。

【0106】以上説明したサーバー装置100側における動作は、例えば、CD-ROM等の記録媒体107aに格納されたコンピュータプログラムを読み取装置107によりサーバー装置100にインストールしてCPU101により実行されるものであり、クライアント装置200側における動作は、例えば、CD-ROM等の記録媒体207aに格納されたコンピュータプログラムを読み取装置207によりクライアント装置200にインストールしてCPU201により実行されるものである。但し、このようなコンピュータプログラムは、サーバー装置100又はクライアント装置の一方に読み取られて、他方にダウンロードすることも可能であり、更に、ネットワークを介して、他のシステムからダウンロードすることも可能である。また、記録媒体107a及び207aとしては、CD-ROMに限らず、DVD-ROM、光磁気ディスク、フロッピーディスク等の周知の記録媒体であれば種類を問わない。

【0107】以上説明した第1実施形態において、店舗を得意先として設定した例について説明したが、法人や所定分類に基づく店舗群を得意先として設定して、入力ファイルをグロス値で投入して、テリトリー管理表を出力するように構成してもよい。このように構成すれば、例えば店舗単位の分析を集約した法人単位のテリトリー管理が可能となる。或いは、売上等の基準となる時間単位についても、月別や年度別に限らず、同一店舗の複数月分析を行うように構成してもよい。このように構成すれば、商品の属性に見合って時間単位により、時系列での変化を捉えやすくなる。

【0108】以上詳細に説明したように第1実施形態によれば、テリトリー管理表のフォーマットを統一することができ、基幹となるサーバー装置100（或いはネットワーク400b上）に存在する実績データ（現在及び過去）の取り込み自動処理により、テリトリー管理表の運用標準化と事務処理時間の軽減を図ることができる。また、クライアント装置200におけるテリトリー管理表の表示画面を帳票へ簡便に展開し、各営業マンが自由

に加工可能な手法を提供することにより、各営業マンのレベルで括りを変えた自己分析が簡単にできる。更に、抽出条件を変えながら、得意先の括りの異なるテリトリー管理表を作成できるため、状況に応じた分析も可能となる。特に、テリトリー管理表に表示される店舗の並びを営業上の優先順位としているため目標設定時に便利であり、更に、テリトリー管理表に客観データに基づき算出された参考予算（基準予算）を表示しているため目標設定時に有効である。

10 【0109】更に、実績データをテリトリー管理表の情報として有効と思われる定型的なフォームに加工し、表形式・グラフ等の手法で提供することも可能であり、迅速かつ有効な結果判断基準が得られる。特に地図への展開が有効と思われるメニューは、地図上での情報提供を行うので、視認性の高い情報提供が可能となる。同時に、PPMパラメータ等も得意先情報を地図上に展開することにより、より視認性の高い情報提供が可能となる。

11 【0110】また、テリトリー管理表作成時点で都度、最新の店舗等の得意先に係るマスター情報の取り込みと店舗等の得意先の洗いがえとを実施するため、クライアント装置側で2次加工することなく、過去実績を含めた最新のテリトリー管理表内容を表示可能となる。これに加えて、前年同月までテリトリー管理表のデータをストックすることにより、過去の結果を迅速に取り出すことも可能となる。

12 【0111】これらに加えて、「日報」とのリンクを図ることにより、訪店入力等が日常業務の一環として運用可能となり、また当該テリトリー管理表に示された訪店計画に基づき、「日報」の地図上で日々の訪店ルートのシミュレーションも可能となる。

（第2実施形態）第2実施形態を図9から図12を参照して説明する。ここに図9は、第2実施形態のシステム構成を示すブロック図であり、図10は第2実施形態において表示可能な地図を示す平面図であり、図11及び図12は、第2実施形態の動作を示すフローチャートである。尚、図9に示す第2実施形態において、図1に示した第1実施形態と同じ構成要素について同じ参照符号を付しその説明は省略する。

13 【0112】図9に示すように、第2実施形態の営業戦略支援システムは、サーバー装置100' と、クライアント装置200とから構成されており、両者は、ネットワーク400aを介して接続されている。尚、図9では、クライアント装置200が一つだけ表示されているが、実際には、同一PPMデータを供給すべく複数のクライアント装置200がネットワーク400aを介してサーバー装置100' に接続可能である。

14 【0113】サーバー装置100' は、比較的大容量の記憶装置を備えたパーソナルコンピュータや中型又は大型コンピュータであればよい。

【0114】サーバー装置100'は、記憶装置103と、CPU101と、メモリ102と、表示装置105と、入力装置106と、データベース(AMT D/B群)が格納された大型記憶装置110'と、送受信装置120と、読み取り装置107とを備える。このデータベース内には、店舗属性情報ファイル111、売上蓄積情報ファイル112、都道府県/市区町村マスター113、地域別販売額情報114及びAMT内部マスター115が論理的に構築されており、これらのファイルは、第1実施形態の場合と同様に、入力ファイル300から必要なデータを取り込むバッチ処理や、サーバー装置100'やクライアント装置200における入力処理やバッチ処理により、メンテナンスされている。更に、このデータベース内には、後述の展示ガイドライン算出用のパラメータ情報を格納する展示ガイドラインパラメータ情報ファイル118及び展示ガイドラインの算出結果を格納する展示ガイドライン算出結果ファイル119が構築されている。

【0115】次に、第2実施形態における特定商品についての展示ガイドラインを行うための処理について説明する。

【0116】先ず第2実施形態では、実際の展示ガイドライン処理前に予め、展示ガイドラインシミュレーション\*

$$I \text{ の標準偏差} = \sqrt{\frac{(n * \sum I^2 - (\sum I)^2)}{n * (n - 1)}} \quad (5)$$

但し、nはサンプル数(分析対象の店舗総数)である。

【0120】そして、アイテム別に集計された店舗別販売額について求める。

$$I \text{ の偏差値} = (I - I \text{ の平均値}) / I \text{ の標準偏差} \times 10 + 50 \quad (6)$$

次に、分析対象店舗別のガイド値を、次式(7)を用いて算出する。

$$\text{ガイド値} = Y \text{ の偏差値} \times Y \text{ の構成比率} + I \text{ の偏差値} \times I \text{ の構成比率} \quad (7)$$

但し、Yの構成比率及びIの構成比率は、前述のようにサーバー装置100'又はクライアント装置200において入力/メンテナンスされている。

【0121】次に、展示ガイドライン決定する。即ち、式(7)で得たガイド値の大きい順に、入力された展示予定総数に等しい数の分析対象店舗をリストアップし、これらのリストアップされた店舗が展示すべき店舗群としてその順序付きで識別され、展示ガイドライン算出結果情報として展示ガイドライン算出結果ファイル119に格納される。

【0122】図9において、サーバー装置100'は、クライアント装置200の側からの展示ガイドラインの表示条件を受け付けるクライアント処理が行われると、この表示条件に見合った展示ガイドライン算出結果がクライアント装置200にネットワーク400aを介して送信され、クライアント装置200では、その表示装置205により、展示ガイドラインが所定フォーマットで表示される。即ち、展示ガイドライン算出結果データを

\*に与える指標である展示ガイドラインパラメータ情報(即ち、対象アイテム(品目)、アイテム情報、Y1の構成比率、Y2の構成比率、Y偏差値の構成比率、I偏差値の構成比率等のパラメータ)をメンテナンスするクライアント処理を、サーバー装置100'側における表示装置105及び入力装置106を介した入力処理により、或いはクライアント装置200側における表示装置205及び入力装置206を介した入力処理により行う。

10 【0117】また第1実施形態の場合と同様に、分析対象店舗別のPPMパラメータYを算出し、分析対象店舗についての店舗別売上情報集計をアイテム別(品目)別で集計するバッチ処理を行う。

【0118】第2実施形態では特に、展示すべき特定商品のアイテム(品目)の入力及び展示予定総数についての入力処理も、サーバー装置100'側における表示装置105及び入力装置106を介した入力処理により、或いはクライアント装置200側における表示装置205及び入力装置206を介した入力処理により行う。

20 【0119】そして、第2実施形態では特に、アイテム別(品目別)に集計された分析対象店舗別の売上Iの標準偏差を、分析対象たる全店舗を母集団として、次式(5)を用いて算出する。

$$I \text{ の標準偏差} = \sqrt{\frac{(n * \sum I^2 - (\sum I)^2)}{n * (n - 1)}} \quad (5)$$

※売上Iについて、次式(6)を用いて標準偏差を各店舗について求める。

$$I \text{ の偏差値} = (I - I \text{ の平均値}) / I \text{ の標準偏差} \times 10 + 50 \quad (6)$$

利用して、クライアント装置200側では、リスト形式や地図形式で展示ガイドラインシミュレーション結果を表示可能となる。また、実際のアイテム別売上情報と地図とリンクして表示することも可能となる。

【0123】従って、特定商品を展示展開する際に、全国一律の客観的な基準に従って、展示展開に相応しい優先順位で、店舗や法人などがリストアップされるので、全体として最も営業効率のよい展示計画等を立てたことになり、展示すべき得意先を見落とす可能性も殆どなくなる。更に、実績の進捗だけでなく、計画にしたがって展示した場合の営業成績シミュレーションを、展示ガイド値を使って行うことも可能である。

【0124】図10は、このように表示装置205により表示される展示ガイドラインの一例としての地図を示している。

【0125】図10に示すように、展示すべき店舗群としてリストアップされた複数の店舗の所在地にアイコン205aが夫々重畠された地図205m'が、表示装置

205により地図データに基づいて表示され、展示ガイドラインとされている。従って、営業マン等の操作者は、地図205m'上で特定商品を展示すべき店舗の各位置や分布をアイコン205qの分布により見ることができるので大変便利である。

【0126】特にこの例では、アイコン205qは、計画段階にあり未だ展示されていない店舗に対応するもの（白塗り）と、計画が実行済みの店舗に対応するもの（ハッキング）と、計画外に展示された店舗に対応するもの（黒塗り）とは、夫々、ことなる表示形態で表示されているため、計画の進捗状況を視覚的に理解できるので大変実用的である。更に、このように地図205m'上に表示されたアイコン205qと店舗情報をリンクして、例えばアイコン205qをクリックすることで対応する店舗についての売上情報、店舗属性情報等がウインドウ表示等されるように構成してもよい。

【0127】尚、本実施形態では、PPMパラメータYの演算の際に、その加重平均における構成比率を設定変更することにより、最終的に各店舗における販売力を重視した場合の展示ガイドラインを表示したり各店舗における成長性を重視した場合の展示ガイドラインを表示したり、或いは、展示ガイド値の演算の際に、その加重平均における構成比率を設定変更することにより、各店舗における全商品の販売力を重視した場合の展示ガイドラインを表示したり、各店舗におけるアイテム別の販売力を重視した場合の展示ガイドラインを表示したりできる。このような構成比率は、サーバー装置100で統一的に設定しても良いし、各クライアント装置200において個々に設定してもよい。

【0128】また以上説明した第2実施形態では、PPMパラメータYの演算用のための入力データとして、店舗別の全商品（例えば、全家電商品）についての販売額Y1を採用しているが、第1実施形態の場合と同様に、全商品の販売額Y1に代えて各店舗における特定商品群（例えば、AV（オーディオ・ビジュアル）商品のみ、更にはオーディオ商品のみ）についての販売額Y1'を入力データとして、以後同様に、店舗別の月毎の基準予算を演算してもよい。

【0129】次に図11及び図12のフローチャートを参照して本実施形態における動作の流れを説明する。尚、図11及び図12のフローチャートにおいて、図5から図8に示したフローチャートと同じ処理については同じステップ番号を付し、その説明は省略する。

【0130】図11において先ず、第1実施形態の場合と同様にステップS1からS4の処理を行う。

【0131】次に、クライアント装置200におけるメニュー画面が起動され（ステップS71）、展示に係る対象品目並びにY構成比率及びI構成比率が設定され（ステップS72）、この対象品目に対応するアイテムが設定される（ステップS73）。

【0132】次に、展示ガイド処理が要求されているか否かが判定され（ステップS74）、要求されていなければ（ステップS74：NO）、一連の表示処理を終了し、要求されていれば（ステップS75：YES）、ステップS81に進む。

【0133】ステップS81では、CPU101によるバッチ処理により、直近1年間の各分析対象店舗における対象品目についての売上を集計して売上Iを求める（ステップS81）、各分析対象店舗における店舗別販売額Y1を集計し（ステップS82）、地域別販売額を集計して年変化率Y2を求める（ステップS83）。そして、これらの数値データに基づいて、各店舗についてのPPMパラメータY（偏差値）を前述の統計計算により求め（ステップS84）、他方で、これらの数値データに基づいて、各店舗についての対象品目の売上Iの偏差値を前述の統計計算により求め（ステップS85）、両者の加重平均として展示ガイド値を求める。即ち、展示ガイドラインを確定させる（ステップS86）。ここで一旦、集計処理以降の処理が正しく行われたかをサーバー装置100で判定し（ステップS87）、正しく行われていなければ（ステップS87：NO）、ステップS81に戻り再試行し、正しく行われていれば（ステップS87：YES）、展示ガイドラインを確定するバッチ処理を終了する。

【0134】以上のステップS81からS87については、サーバー装置100により行われる処理である。

【0135】次に、サーバー装置100'におけるメニュー画面が起動され（ステップS90）、展示ガイドラインの算出結果をメンテナンスするための条件設定画面を表示装置105に表示する（ステップS91）。ここで、CPU101は、入力条件に誤りがないかを判定し（ステップS92）、誤りがあれば（ステップS92：NO）、ステップS91に戻り再試行し、正しく行われていれば（ステップS92：YES）、前述のように展示ガイドライン算出結果を取得し（ステップS93）、展示すべき店舗に係る一覧情報を編集する（ステップS94）。

【0136】次に、展示ガイド結果が変更された否かを判定し（ステップS95）、変更されていれば（ステップS95：YES）、変更内容を書込んだ後（ステップS96）、ステップS97に進み、変更されていなければ（ステップS95：NO）、そのままステップS97に進む。

【0137】ステップS97では、展示する特定商品の展示予定総数（全国計画数）と、変更後の展示ガイドラインに従った展示すべき店舗の総数とが一致しているか否かを判定し（ステップS97）、一致していないければ、それらの差分を表示した後（ステップS98）、図12のステップS101へ進む。他方、一致していれば（ステップS97：YES）、そのまま図12のステップS98に進む。

ブS101へ進む。

【0138】図12において、ステップS101では、品目別の売上情報を表示し、更にどのような展示ガイドを表示するかの条件に係る条件設定画面を表示する（ステップS101）。ここで、CPU201は、入力条件に誤りがないかを判定し（ステップS102）、誤りがあれば（ステップS102：NO）、ステップS101に戻り再試行し、正しく行われていれば（ステップS102：YES）、この指定された入力条件をもとに展示ガイド情報を取得し（ステップS103）、展示すべき店舗に係る一覧情報を編集する（ステップS104）。

【0139】次に、展示ガイドライン算出結果に従って地図上にプロットすべき各店舗の座標を取得する（ステップS105）。そして、このようにして座標が設定済みか否かを判定し（ステップS106）、設定済みでなければ（ステップS106：NO）、各店舗の住所からそのプロット座標を算出した後（ステップS107）、ステップS108へ進む。他方、座標が設定済みであれば（ステップS106：YES）、そのままステップS108へ進む。

【0140】次に、全ての表示対象店舗の座標から全体を表示可能な地図縮尺を算出する（ステップS108）。更に、地図上に重畳されるアイコンの色が所定基準にしたがって決定される（ステップS109）。そして、地図（MAP）上にアイコン及び実績数プロットを行う（ステップS110）。

【0141】次に、表示手段は、展示ガイドラインに沿って地図上に展示すべき店舗をアイコンで夫々表示する（ステップS111）。

【0142】ここで、クライアント装置200において入力装置206等により何らかのイベントが発生するのが待たれる（ステップS112：NO）。そして、何らかのイベントが発生すると（ステップS112：YES）、次に、展示ガイド表示を終了させる終了イベントが発生しているか否かが判定される（ステップS113）。ここで、終了イベントが発生していれば（ステップS113：YES）、一連の表示処理を終了する。他方ここで、終了イベントが発生していないければ（ステップS113：NO）、アイコンクリックイベントが発生しているか否かが判定される（ステップS114）。このイベントが発生していれば（ステップS114：YES）、クリックされたアイコンの座標を取得し（ステップS115）、クリックされた座標と同一座標を持つ店舗を一覧より探索し（ステップS116）、更にこのような店舗が見つかった否かが判定される（ステップS117）。そして、見つかった場合には（ステップS117：YES）、当該見つかった店舗の属性情報を編集した後（ステップS118）、ステップS111に戻る（ステップS121）。また、見つからなかった場合には（ステップS117：NO）、そのままステップS1

11に戻る。

【0143】他方、アイコンクリックイベントが発生していない場合には（ステップS114：NO）、更にアイコンとリンクする情報を変更するための変更イベントが発生しているか否かが判定される（ステップS119）。ここで、変更イベントであれば（ステップS119：YES）、指定された情報を一覧より検索し（ステップS120）、更に指定情報に対応したアイコン色を決定した後（ステップS121）、ステップS111に戻る。他方、変更イベントでなければ（ステップS119：NO）、ステップS112に戻ってイベントの判定を再試行する。

【0144】以上説明したサーバー装置100'側における動作は、例えば、CD-ROM等の記録媒体107aに格納されたコンピュータプログラムを読み取装置107によりサーバー装置100'にインストールしてCPU101により実行されるものであり、クライアント装置200側における動作は、例えば、CD-ROM等の記録媒体207aに格納されたコンピュータプログラムを読み取装置207によりクライアント装置200にインストールしてCPU201により実行されるものである。但し、このようなコンピュータプログラムは、サーバー装置100'又はクライアント装置の一方に読み取らせて、他方にダウンロードすることも可能であり、更に、ネットワークを介して、他のシステムからダウンロードすることも可能である。また、記録媒体107a及び207aとしては、CD-ROMに限らず、DVD-ROM、光磁気ディスク、フロッピー（登録商標）ディスク等の周知の記録媒体であれば種類を問わない。

【0145】以上説明したよう第2実施形態によれば、アイテム（品目）別の商品の展示ガイドラインを提示する際に、組織（支店や営業所といった部門）単位のグロスの展示目標台数提示ではなく、得意先単位での目標設定の指針が優先順位をもって提供できるようになり、実売（最終ユーザーへの販売）の最大化をねらった展示パターン提示や商品供給基準構築が可能となる。またアイテム（品目）別の商品の最終処分において処分の優先順位が明確となり、費用流出の最小化手順を提示することも可能となる。更に、得意先レベルでの計画／実績進捗管理が画面上で可能となると共に管理作業時間を大幅に軽減でき、管理可能なアイテム（品目）別の商品及び得意先数が制限されず、必要な情報を必要な時に手に入ることができる。これらに加えて、地図上への展開により展示展開に絡む得意先の所在地が明確となり、エリアでの面展開の状況が一目瞭然となる。

【0146】本発明の営業戦略支援システムは、上述した各実施形態に限られるものではなく、本願明細書の全体から読み取れる発明の要旨或いは思想に反しない範囲で適宜変更可能であり、そのような変更を伴なう営業戦略支援システムもまた本発明の技術的範囲に含まれるもの

のである。

【0147】

【発明の効果】以上詳細に説明したように本発明の営業戦略支援システムによれば、営業戦略に役立つ統一的なテリトリー管理表や客観的な品目展開の方向性決めを比較的簡単にコンピュータ上で実現でき、しかも各テリトリー管理表や品目展開の方向性決め（即ち、展示ガイドライン）に係る各種最新情報の複数営業マンによる共有も可能となり、効率的なテリトリー別或いは得意先別の実績管理及び行動管理が可能となる。

【0148】また、本発明のプログラムを記録した機械読み取り可能な媒体によれば、上述した本発明の営業戦略支援システムをコンピュータ上で実現することが出来る。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の第1実施形態の営業戦略支援システムの全体構成を示すブロック図である。

【図2】第1実施形態の表示装置において表示されるテリトリー管理表の一例を示す平面図である。

【図3】第1実施形態の表示装置において表示される他の表の例を示す平面図である。

【図4】第1実施形態の表示装置において表示される地図を示す平面図である。

【図5】第1実施形態の動作を示すフローチャート（その1）である。

【図6】第1実施形態の動作を示すフローチャート（その2）である。

【図7】第1実施形態の動作を示すフローチャート（その3）である。

【図8】第1実施形態の動作を示すフローチャート（その4）である。

\*の2）である。

【図9】本発明の第2実施形態の営業戦略支援システムの全体構成を示すブロック図である。

【図10】第2実施形態の表示装置において表示される地図の一例を示す平面図である。

10 【図11】第2実施形態の動作を示すフローチャート（その1）である。

【図12】第2実施形態の動作を示すフローチャート（その2）である。

【符号の説明】

100, 100' …サーバー装置

101, 201…CPU

102, 202…メモリ

105, 205…画像装置

106, 206…入力装置

107, 207…読み取装置

110, 110' …大規模記憶装置

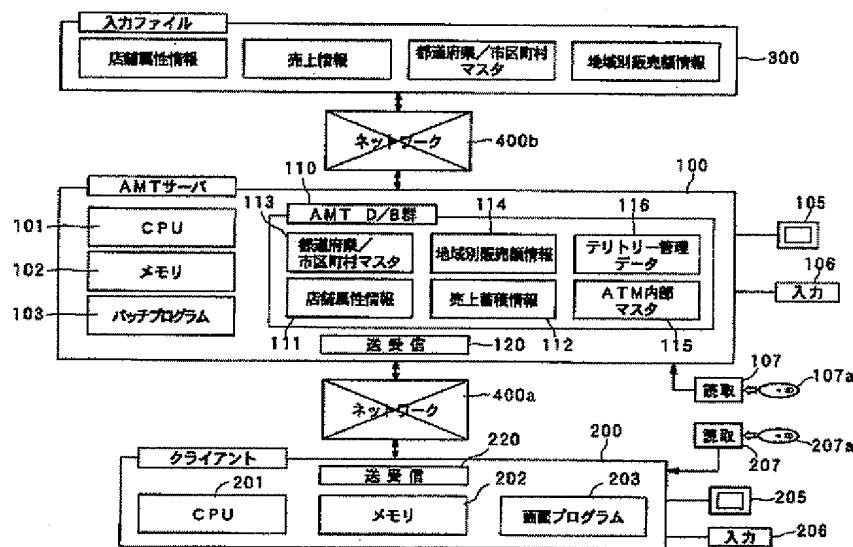
120, 220…送受信装置

200…クライアント装置

205a…テリトリー管理表

400a, 400b…ネットワーク

【図1】



[図2]

205a

No	店舗名	法人コード	...	利益管理			販店管理											
				実績	予算	勝負	販店計画/実績(日別)											
							1	2	3	4	5	6	7	8	9	...	31	計
1	サトウ電気	107281	...	8950	9800	●		1					0		...	0	8	
2	イーデン名古屋	112345	...	5920	6250	●			1			1		0		...	6	
3	イーデン本店	112345	...	5200	5500	●	1						1		...	0	5	
4	デンキカン	130222	...	3600	3500	○		1					0		...	4		
5	マツモト電気	153456	...	1800	1980	●			1				0		...	5		
6	スーパー電気	177777	...	2500	2350	○				1				...	3			
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	

205b      205c      205d      205e      205s

[図3]

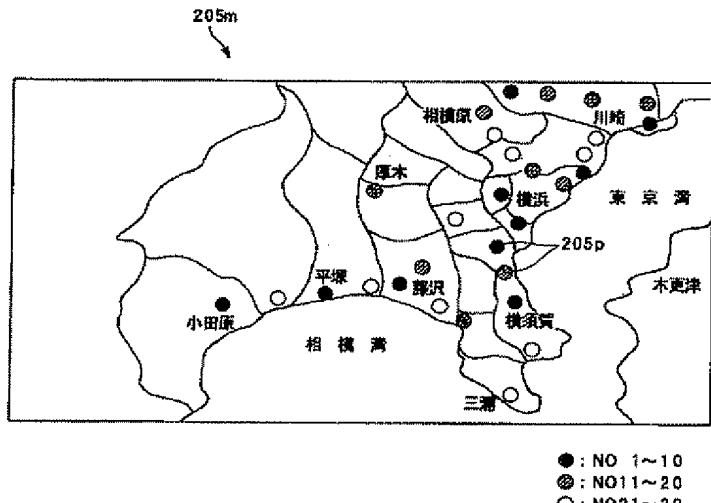
205f

No	店舗名	...	月別												...		
			3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
1	イーデン名古屋	...	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	...				
2	イーデン本店	...	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	...				
3	デンキカン	...	●	●	●	●	○	○	●	○	●	●	...				
4	マツモト電気	...	●	●	○	●	○	○	●	○	○	●	...				
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:					

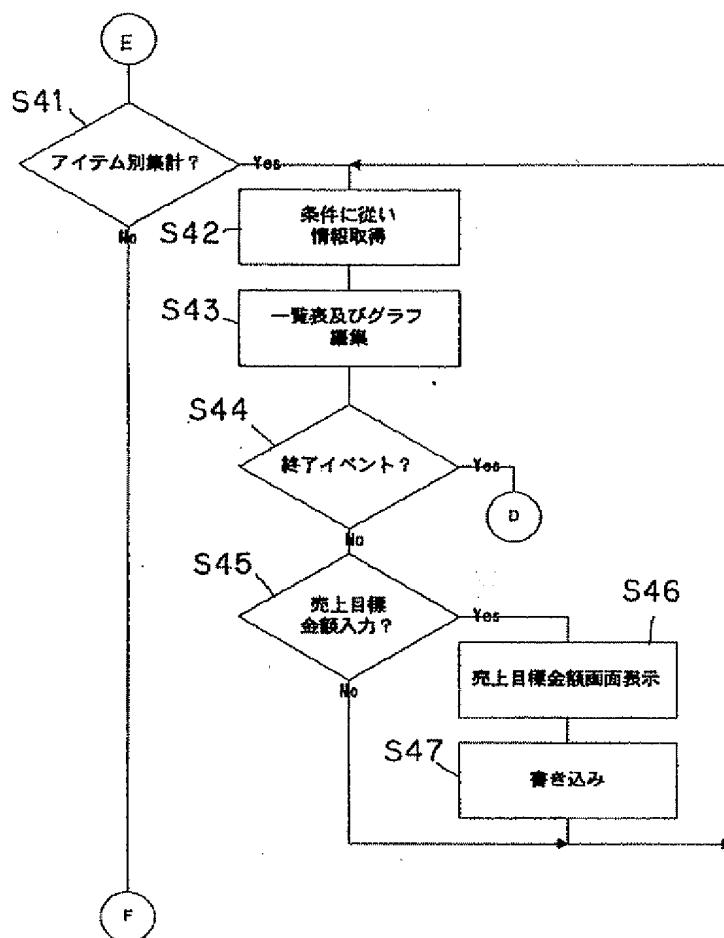
205g

No	店舗名	...	勝負	コメント	...
1	イーデン名古屋	...	○	次は経費削減が目標	...
2	イーデン本店	...	○	現状維持	...
3	デンキカン	...	●	来月強化月間	...
4	マツモト電気	...	●	新規準備	...
:	:	:	:	:	:

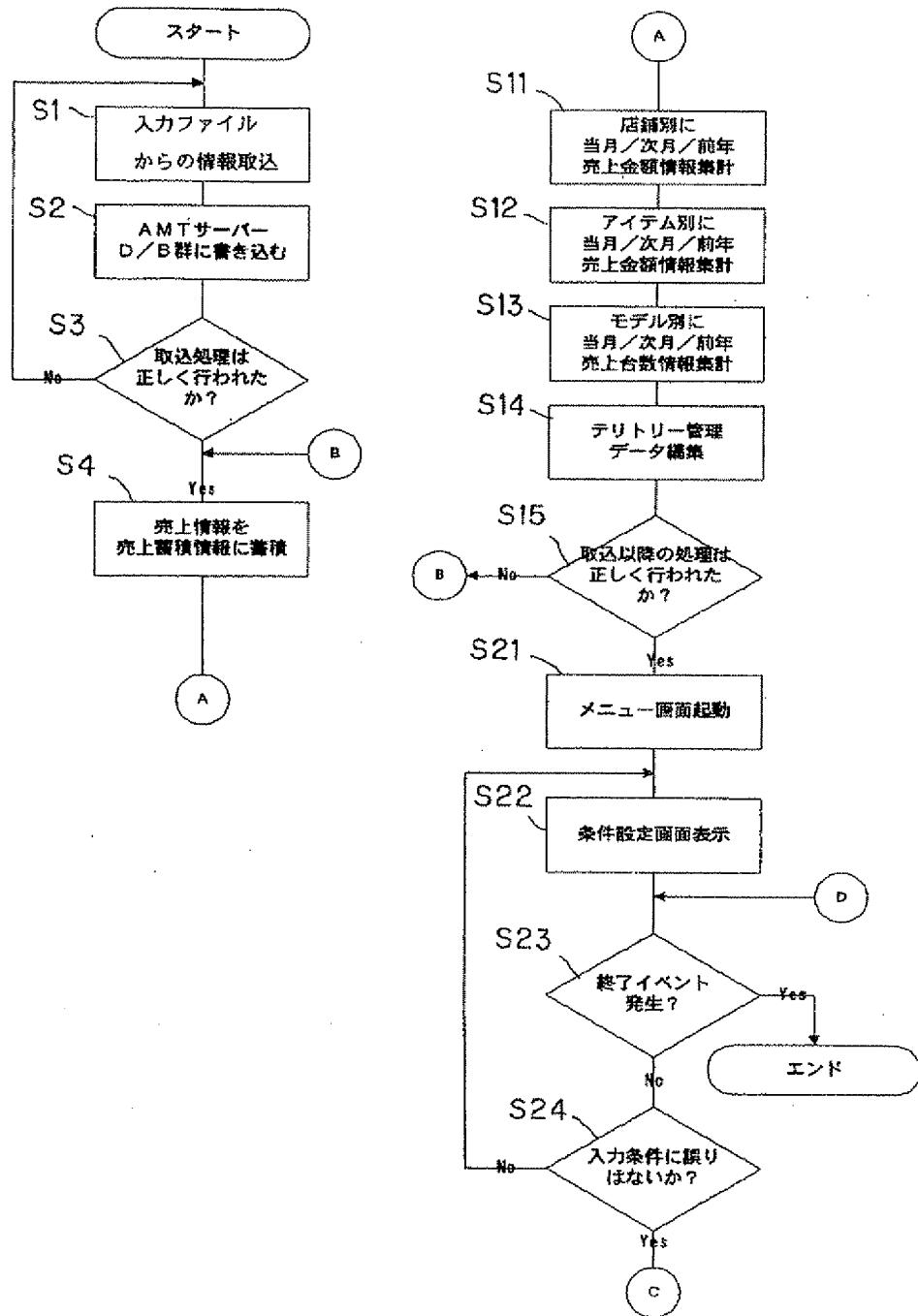
[図4]



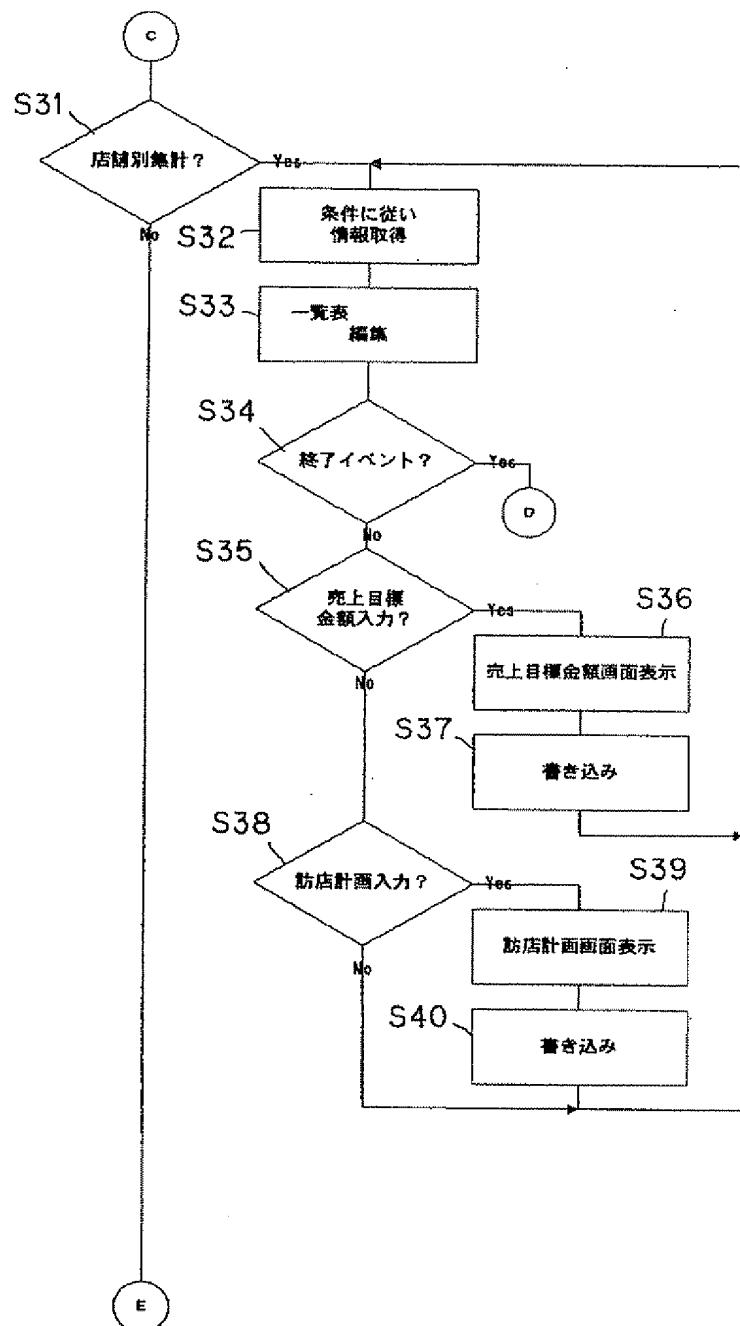
[図7]



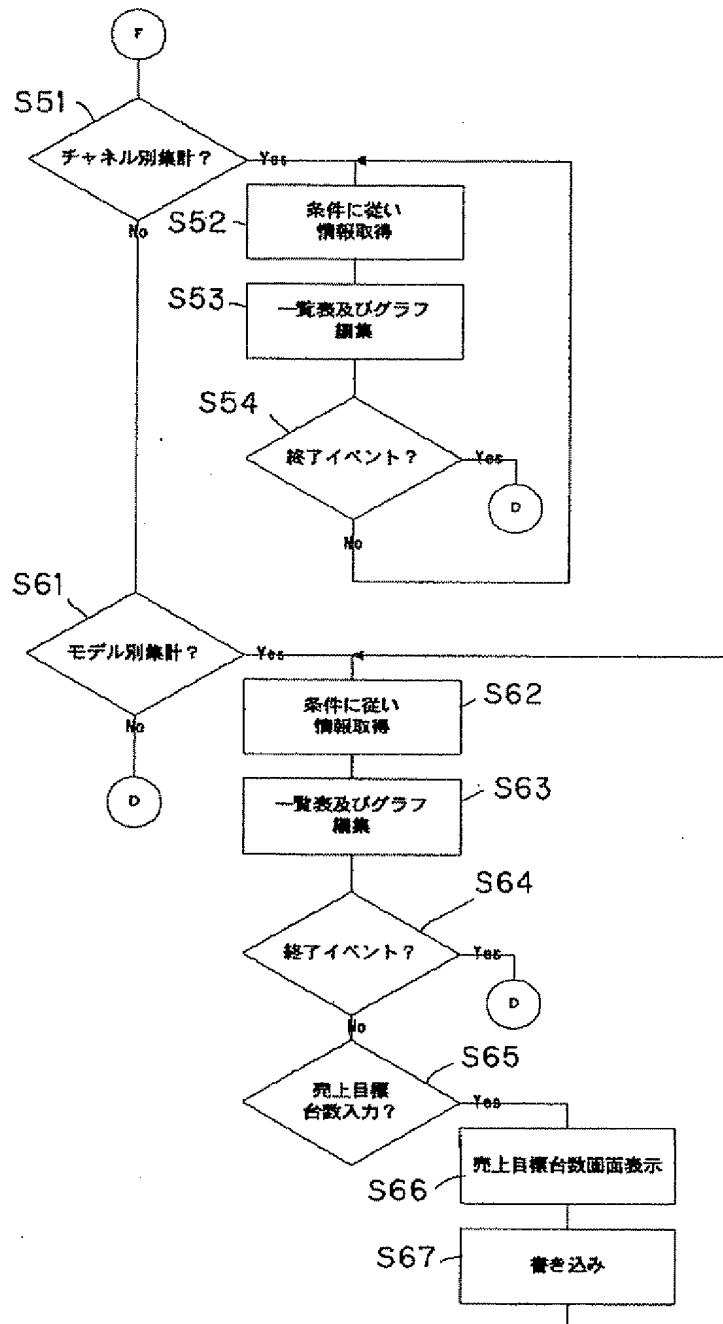
【図5】



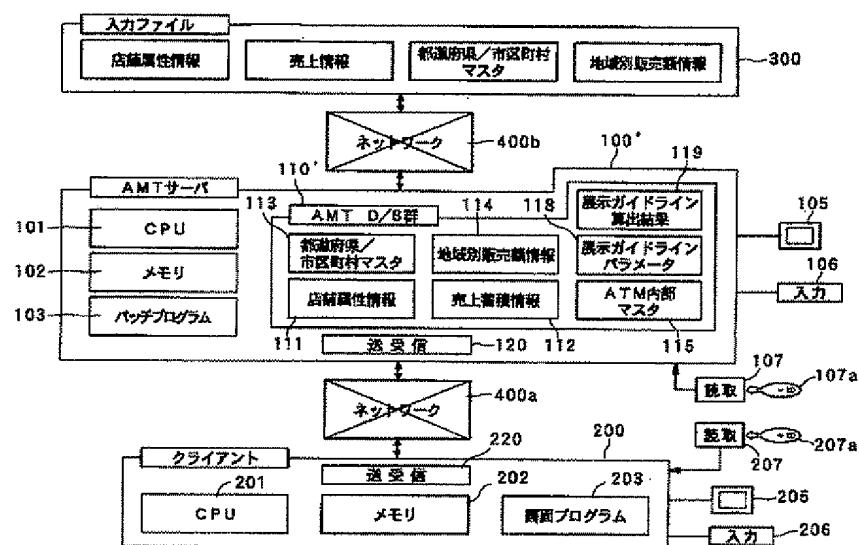
【図6】



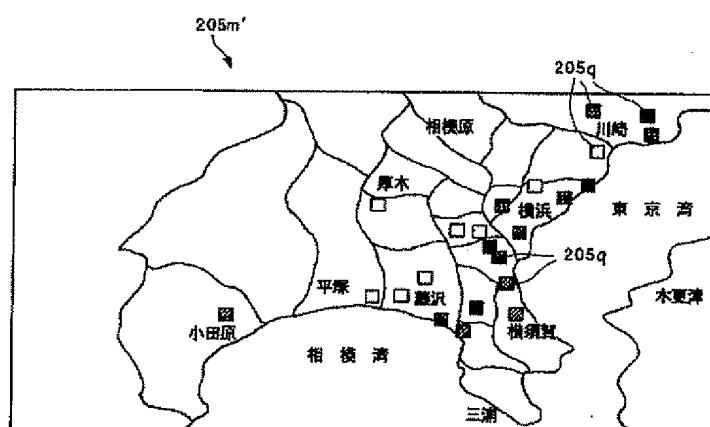
【図8】



【図9】

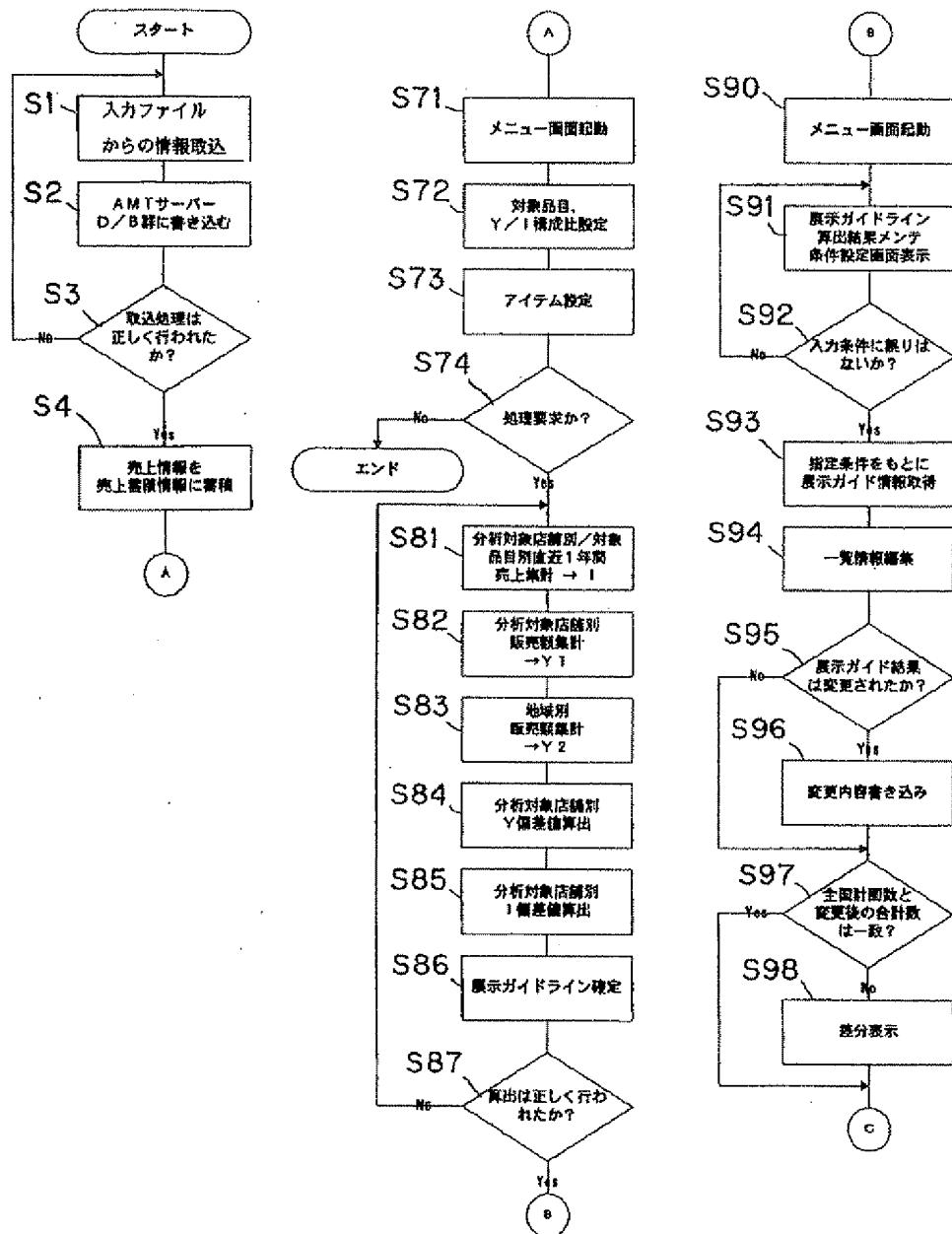


【図10】



□: 展示計画店  
■: 展示済店  
■: 計画外展示店

【図11】



【図12】

